



UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA
FACULDADE DE MOTRICIDADE HUMANA



O Perfil do Consumidor de Turismo de Natureza
no Maior Lago Artificial da Europa

Dissertação elaborada com vista à obtenção do Grau Mestre em
Gestão do Desporto – Gestão de Organizações Desportivas

Orientadora: Professora Doutora Maria Margarida Ventura Mendes Mascarenhas

Júri:

Presidente

Professor Doutor Carlos Jorge Pinheiro Colaço

Vogais

Professor Doutor Vítor Manuel dos Santos Silva Ferreira

Professor Doutor Rui Jorge Bertolo Lara Madeira Claudino

Professora Doutora Maria Margarida Ventura Mendes Mascarenhas

Professor Doutor Paulo Alexandre Correia Nunes

João Luís de Sousa André
2012



Agradecimentos

Terminada esta importante etapa da minha vida pessoa observo que entre o caos de variáveis pude encontrar conforto e abrigo durante as dificuldades em algumas constantes, que me permitiram acabar de forma equilibrada esta humilde contribuição para o conhecimento estabelecido.

Devo agradecer em primeiro lugar à Professora Margarida Mascarenhas pelo apoio e dedicação ao presente trabalho, pelos conselhos e pela orientação, e pela motivação que me foi incutindo ao longo do extenso período que durou esta investigação.

Um agradecimento igualmente ao Professor Carlos Colaço e à Professora Elsa Pereira, pelas contribuições e pela cooperação neste projecto. Uma palavra especial ao Professor Carlos Colaço pela disponibilidade durante todo o Mestrado, quer na orientação do estágio, quer na orientação de objectivos pessoais. Neste sentido devo igualmente uma palavra de apreço ao Professor Rui Claudino.

Agradeço especialmente à minha família pelo apoio e pela ajuda na realização deste trabalho. Pelas viagens, pela ajuda na recolha de dados, pela paciência perante as dificuldades e pelo júbilo diante do sucesso, foram os alicerces desta investigação.

À Comunidade (onde incluo, uma vez sem exemplo, a Vânia e a Daniela) agradeço pela ajuda na recolha de dados e pelos momentos de descontração. Pelas noites longas que ficarão para sempre comigo e pelas muitas mais que virão.

Agradeço aos meus colegas de equipa e treinadores pelos momentos de descontração, por todos os dias fazerem de mim um melhor atleta e um melhor treinador.

À Aline pela interminável paciência, por todos os momentos, por todo o apoio, e por tudo aquilo que representa na minha vida que certamente nunca conseguirei expressar por palavras. Por todas as batalhas em que me tem acompanhado, pelas vitórias e derrotas que temos vivido juntos, pela pessoa que é, o meu eterno obrigado.

Índice

Agradecimentos	2
Índice de Gráficos	5
Índice de Figuras	16
Resumo	17
Abstract	19
Introdução	20
1. Revisão Bibliográfica	26
1.1. A barragem	26
1.2. A Barragem do Alqueva: Enquadramento Histórico e Geográfico	29
1.3. O Rio Guadiana	32
1.4. O Parque Natural do Vale do Guadiana	33
1.5. O Alentejo	34
1.6. A Região Interior Este Alentejana	38
1.7. Os concelhos circundantes à albufeira	41
1.7.1. Enquadramento económico	42
1.7.2. Enquadramento social	45
1.8. Turismo	47
1.8.1. Ecoturismo	57
1.8.2. Turismo de Natureza	58
1.8.3. Turismo Desportivo	64
1.8.4. Turismo de Aventura	66
1.8.5. Turismo Rural	68
1.9. Impactos do Turismo	71
1.10. Impacto Económico do Turismo de Natureza	74
1.11. Futuro do Alqueva – O Parque Alqueva	76
2. Metodologia	79
3. Apresentação e Discussão dos Resultados	84
3.1. Caracterização geral da amostra	84
3.2. Motivações do Consumidor de Turismo de Natureza	128
3.2.1. Viagens à Natureza	128
3.2.2. Selecção de Destino	164

3.2.3.	Características do Destino de Natureza	223
3.3.	Modelo de Análise da Procura de Actividades de Turismo “ <i>Out-Door</i> ”	270
3.3.1.	Procura de actividades turísticas: caracterização global	270
3.4.	Fontes de Informação preferenciais no planeamento de viagens à Natureza	280
4.	Conclusões.....	304
Bibliografia		313
<i>Sites Consultados</i>		316
Anexos.....		317
Anexo 1 - Inquérito ao Consumidor de Turismo de Natureza		317

Índice de Gráficos

Caracterização da Amostra

Gráfico 1 - Escalões Etários.....	83
Gráfico 2 – Género.....	84
Gráfico 3 - Distribuição do Género por Escalão Etário....	85
Gráfico 4 - Estado Civil.....	86
Gráfico 5 - Situação Profissional.....	86
Gráfico 6 - Situação Profissional por Escalão Etário.....	87
Gráfico 7 - Nível de Escolaridade.....	88
Gráfico 8 - Nível de Escolaridade por Escalão Etário.....	89
Gráfico 9 - Prática Semanal de Actividade Física.....	90
Gráfico 10 - Prática de Actividade Física por Escalão Etário.....	91
Gráfico 11 - Quantas vezes por ano viaja para a Natureza?.....	93
Gráfico 12 - Viagens à Natureza por Escalão Etário.....	94
Gráfico 13 - Viagens por Ano à Natureza por Escalão Etário.....	95
Gráfico 14 - Viagens à Natureza por Situação Profissional.....	96
Gráfico 15 - Representatividade da Amostra Global do Número de Viagens por Sit. Prof.....	97
Gráfico 16 - Quantas noites fica por viagem?.....	98
Gráfico 17 - Duração da Viagem por Escalão Etário....	99
Gráfico 18 - Duração da Viagem por Estado Civil.....	101
Gráfico 19 – Duração da Viagem por Nível de Escolaridade.....	102
Gráfico 20 - Duração da Viagem por Situação Profissional.....	103
Gráfico 21 - Duração da Viagem por Frequência Anual de Viagem.....	104
Gráfico 22 – Alojamento.....	105
Gráfico 23 - Duração da Viagem.....	107
Gráfico 24 - Alojamento por Escalão Etário.....	107

Gráfico 25 - Alojamento por Nível de Escolaridade.....	110
Gráfico 26 - Gastos em alojamento.....	111
Gráfico 27 - Gastos em Alojamento por Género.....	112
Gráfico 28 - Gastos em Alojamento por Escalão Etário.....	112
Gráfico 29 - Gastos em Alojamento por Nível de Escolaridade.....	114
Gráfico 30 - Gastos em Alojamento por Situação Profissional.....	115
Gráfico 31 - Gastos em Alojamento por Frequência Anual de Viagens.....	116
Gráfico 32 - Gastos em Alojamento por Duração das Viagens.....	117
Gráfico 33 - Alojamento por Duração da Viagem.....	119
Gráfico 34 - Gastos por Tipo de Alojamento.....	120
Gráfico 35 – Refeições.....	121
Gráfico 36 - Refeições por Escalão Etário.....	122
Gráfico 37 - Preferência de Refeições por Duração da Viagem.....	123
Gráfico 38 - Gastos em Refeições.....	123
Gráfico 39 - Gastos em Refeições por Género.....	124
Gráfico 40 - Gastos em Refeições por Escalão Etário.....	124
Gráfico 41 - Gastos em Refeições por Situação Profissional.....	125
Gráfico 42 - Gastos em Refeições por Gastos em Alojamento.....	126
Motivações das viagens à Natureza	
Gráfico 43 - Pela tranquilidade que a Natureza transmite.....	127
Gráfico 43.1 - Tranquilidade/Género.....	128
Gráfico 43.2 - Tranquilidade/Escalão Etário.....	128
Gráfico 43.3 - Tranquilidade/Nível de Escolaridade.....	129
Gráfico 43.4 - Tranquilidade/Situação Profissional.....	130
Gráfico 44 - Pela ausência de barulho de fundo de veículos motorizados.....	130
Gráfico 44.1 - Ausência de barulho de fundo/Género.....	131
Gráfico 44.2 - Ausência de barulhos de fundo/Escalão Etário.....	131

Gráfico 44.3 - Ausência de barulho de fundo/Nível de Escolaridade.....	132
Gráfico 44.4 - Ausência de barulho de fundo/Situação Profissional.....	133
Gráfico 45 - Pela abstracção aos problemas do quotidiano.....	133
Gráfico 45.1 - Abstracção aos problemas/Género....	134
Gráfico 45.2 - Abstracção aos problemas/Escalão Etário....	134
Gráfico 45.3 - Abstracção aos problemas/Nível de Escolaridade.....	136
Gráfico 45.4 - Abstracção aos problemas/Situação Profissional.....	137
Gráfico 46 - Para estar em comunhão com a Natureza.....	137
Gráfico 46.1 - Comunhão com a natureza/Género.....	138
Gráfico 46.2 - Comunhão com a Natureza/Escalão Etário.....	138
Gráfico 46.3 - Comunhão com a natureza/Nível de Escolaridade.....	139
Gráfico 46.4 - Comunhão com a natureza/Situação Profissional.....	140
Gráfico 47 - Pelas belas paisagens naturais.....	141
Gráfico 47.1 - Paisagens naturais/Género.....	141
Gráfico 47.2 - Paisagens naturais/Escalão Etário.....	142
Gráfico 47.3 - Paisagens naturais/Nível de Escolaridade.....	143
Gráfico 47.4 - Paisagens naturais/Situação Profissional.....	143
Gráfico 48 - Para praticar desporto na Natureza.....	144
Gráfico 48.1 - Desporto na natureza/Género.....	145
Gráfico 48.2 - Desporto na Natureza/Escalão Etário.....	146
Gráfico 48.3 - Desporto na natureza/Nível de Escolaridade.....	147
Gráfico 48.4 - Desporto na Natureza/Situação Profissional.....	148
Gráfico 49 - Para apreciar a fauna e a flora locais.....	148
Gráfico 49.1 - Fauna e flora/Género.....	149
Gráfico 49.2 - Fauna e flora/Escalão Etário.....	149
Gráfico 49.3 - Fauna e flora/Nível de Escolaridade.....	150
Gráfico 49.4 - Fauna e flora/Situação Profissional.....	151

Gráfico 50 - Porque permite relaxar como mais nenhum local permite.....151

Gráfico 50.1 - Pelo relaxamento/Género.....152

Gráfico 50.2 - Pelo relaxamento/Escalão Etário.....153

Gráfico 50.3 - Pelo relaxamento/Nível de Escolaridade.....153

Gráfico 50.4 - Pelo relaxamento/Situação Profissional.....154

Gráfico 51 - Pela simpatia característica das pessoas que vivem em zonas rurais.....155

Gráfico 51.1 - Simpatia da população local/Género.....156

Gráfico 51.2 - Simpatia da população local/Escalão Etário.....156

Gráfico 51.3 - Simpatia dos locais/Nível de Escolaridade.....157

Gráfico 51.4 - Simpatia da população local/Situação Profissional.....158

Gráfico 52 - Para acompanhar a preferência de familiares ou amigos.....158

Gráfico 52.1 - Acompanhar a preferência de familiares/Género.....159

Gráfico 52.2 - Acompanhar a preferência de familiares/Escalão Etário.....160

Gráfico 52.3 - Acompanhar preferência de familiares/Nível de Escolaridade.....161

Gráfico 52.4 - Acompanhar preferência de familiares/Situação Profissional.....161

Seleção do Destino

Gráfico 53 - A fauna e a flora local.....162

Gráfico 53.1 - Fauna e flora/Género.....163

Gráfico 53.2 - Fauna e flora/Escalão Etário.....164

Gráfico 53.3 - Fauna e flora/Nível de Escolaridade.....164

Gráfico 53.4 - Fauna e flora/Situação Profissional.....165

Gráfico 54 - A gastronomia local.....166

Gráfico 54.1 - Gastronomia local/Género.....167

Gráfico 54.2 - Gastronomia local/Escalão Etário.....167

Gráfico 54.3 - Gastronomia local/Nível de Escolaridade.....168

Gráfico 54.4 - Gastronomia local/Situação Profissional.....169

Gráfico 55 - Oferta de prática de Desportos de Natureza....169

Gráfico 55.1 - Oferta de desporto de natureza/Género.....	170
Gráfico 55.2 - Oferta de desporto de natureza/Escalão Etário.....	171
Gráfico 55.3 - Oferta de desporto de natureza/Nível de Escolaridade.....	172
Gráfico 55.4 - Oferta de desporto de natureza/Situação Profissional.....	172
Gráfico 56 - A qualidade dos alojamentos.....	173
Gráfico 56.1 - Qualidade dos alojamentos/Género.....	174
Gráfico 56.2 - Qualidade dos alojamentos/Escalão Etário.....	174
Gráfico 56.3 - Qualidade dos alojamentos/Nível de Escolaridade.....	175
Gráfico 56.4 - Qualidade dos alojamentos/Situação Profissional.....	176
Gráfico 57 - A distância a centros urbanos.....	177
Gráfico 57.1 - Distância a centros urbanos/Género.....	177
Gráfico 57.2 - Distância a centros urbanos/Escalão Etário.....	178
Gráfico 57.3 - Distância a centros urbanos/Nível de Escolaridade.....	179
Gráfico 57.4 - Distância a centros urbanos/Situação Profissional.....	179
Gráfico 58 - A existência de estruturas de apoio próximas.....	180
Gráfico 58.1 - Estruturas de apoio/Género.....	181
Gráfico 58.2 - Estruturas de apoio/Escalão Etário.....	181
Gráfico 58.3 - Estruturas de apoio/Nível de Escolaridade.....	182
Gráfico 58.4 - Estruturas de apoio/Situação Profissional.....	183
Gráfico 59 - A proximidade de zonas balneares.....	183
Gráfico 59.1 - Proximidade de zonas balneares/Género.....	184
Gráfico 59.2 - Proximidade de zonas balneares/Escalão Etário.....	184
Gráfico 59.3 - Proximidade de zonas balneares/Nível de Escolaridade.....	185
Gráfico 59.4 - Proximidade de zonas balneares/Situação Profissional.....	186
Gráfico 60 - A beleza das paisagens naturais.....	187
Gráfico 60.1 - Beleza das paisagens naturais/Género.....	187
Gráfico 60.2 - Beleza das paisagens naturais/Escalão Etário.....	188

Gráfico 60.3 - Beleza das paisagens naturais/Nível de escolaridade.....	188
Gráfico 60.4 - Beleza das paisagens naturais/Situação profissional.....	189
Gráfico 61 - As características da população local.....	190
Gráfico 61.1 - Características da população local/Género.....	190
Gráfico 61.2 - Características da população local/Escalão Etário.....	191
Gráfico 61.3 - Características da população local/Nível de Escolaridade.....	192
Gráfico 61.4 - Características da população local/Situação Profissional.....	193
Gráfico 62 - A proximidade de zonas húmidas.....	194
Gráfico 62.1 - Proximidade de zonas húmidas/Género.....	194
Gráfico 62.2 - Proximidade de zonas húmidas/Escalão Etário.....	195
Gráfico 62.3 - Proximidade de zonas húmidas/Nível de Escolaridade.....	196
Gráfico 62.4 - Proximidade de zonas húmidas/Situação Profissional.....	197
Gráfico 63 - A ocorrência de um evento especial.....	198
Gráfico 63.1 - Ocorrência de um evento/Género.....	198
Gráfico 63.2 - Ocorrência de um evento/Escalão Etário.....	199
Gráfico 63.3 - Ocorrência de um evento/Nível de Escolaridade.....	200
Gráfico 63.4 - Ocorrência de um evento/Situação Profissional.....	201
Gráfico 64 - A riqueza histórica e cultural da região.....	201
Gráfico 64.1 - Riqueza história e cultural da região/Género.....	202
Gráfico 64.2 - Riqueza histórica e cultural/Escalão Etário.....	203
Gráfico 64.3 - Riqueza histórica e cultural da região/Nível de Escolaridade.....	204
Gráfico 64.4 - Riqueza histórica e cultural da região/Situação Profissional.....	204
Gráfico 65 - O relaxamento que o destino permite.....	205
Gráfico 65.1 - Relaxamento/Género.....	206
Gráfico 65.2 - Relaxamento/Escalão Etário.....	207
Gráfico 65.3 - Relaxamento/Nível de Escolaridade.....	207
Gráfico 65.4 - Relaxamento/Situação Profissional.....	208

Gráfico 66 - Características do clima da região.....	209
Gráfico 66.1 - Características do clima da região/Género.....	209
Gráfico 66.2 - Características do clima da região/Escalão Etário.....	210
Gráfico 66.3 - Características do clima da região/Nível de Escolaridade.....	211
Gráfico 66.4 - Características do clima da região/Situação Profissional.....	212
Gráfico 67 - O preço.....	212
Gráfico 67.1 - Preço/Género.....	213
Gráfico 67.2 - Preço/Escalão Etário.....	214
Gráfico 67.3 - Preço/Nível de Escolaridade.....	215
Gráfico 67.4 - Preço/Situação Profissional.....	215
Gráfico 68 - A preferência de familiares ou amigos.....	216
Gráfico 68.1 - Preferência de familiares ou amigos/Género.....	217
Gráfico 68.2 - Preferência de familiares ou amigos/Escalão Etário.....	217
Gráfico 68.3 - Preferência de familiares ou amigos/Nível de Escolaridade.....	218
Gráfico 68.4 - Preferência de familiares ou amigos/Situação Profissional.....	219
Características do Destino	
Gráfico 69 - Fauna e Flora.....	220
Gráfico 69.1 - Fauna e Flora/Género.....	221
Gráfico 69.2 - Fauna e Flora/Escalão Etário.....	222
Gráfico 69.3 - Fauna e Flora/Nível de Escolaridade.....	222
Gráfico 69.4 - Fauna e Flora/Situação Profissional.....	223
Gráfico 70 – Monumentos.....	224
Gráfico 70.1 - Monumentos/Género.....	224
Gráfico 70.2 - Monumentos/Escalão Etário.....	225
Gráfico 70.3 - Monumentos/Nível de Escolaridade.....	225
Gráfico 70.4 - Monumentos/Situação Profissional.....	226
Gráfico 71 – Clima.....	227

Gráfico 71.1 - Clima/Género.....	227
Gráfico 71.2 - Clima/Escalão Etário.....	228
Gráfico 71.3 - Clima/Nível de Escolaridade.....	228
Gráfico 71.4 - Clima/Situação Profissional.....	229
Gráfico 72 – Gastronomia.....	230
Gráfico 72.1 - Gastronomia/Género.....	230
Gráfico 72.2 - Gastronomia/Escalão Etário.....	231
Gráfico 72.3 - Gastronomia/Nível de Escolaridade.....	232
Gráfico 72.4 - Gastronomia/Situação Profissional.....	232
Gráfico 73 – Desporto.....	233
Gráfico 73.1 - Desporto/Género.....	234
Gráfico 73.2 - Desporto/Escalão Etário.....	234
Gráfico 73.3 - Desporto/Nível de Escolaridade.....	235
Gráfico 73.4 - Desporto/Situação Profissional.....	236
Gráfico 74 – Museus.....	236
Gráfico 74.1 - Museus/Género.....	237
Gráfico 74.2 - Museus/Escalão Etário.....	238
Gráfico 74.3 - Museus/Nível de Escolaridade.....	238
Gráfico 74.4 - Museus/Situação Profissional.....	239
Gráfico 75 – Fotografia.....	240
Gráfico 75.1 - Fotografia/Género.....	241
Gráfico 75.2 - Fotografia/Escalão Etário.....	241
Gráfico 75.3 - Fotografia/Nível de Escolaridade.....	242
Gráfico 75.4 - Fotografia/Situação Profissional.....	243
Gráfico 76 – Paisagem.....	244
Gráfico 76.1 - Paisagem/Género.....	244
Gráfico 76.2 - Paisagem/Escalão Etário.....	245

Gráfico 76.3 - Paisagem/Nível de Escolaridade.....	245
Gráfico 76.4 - Paisagem/Situação Profissional.....	246
Gráfico 77 – Alojamento.....	246
Gráfico 77.1 - Alojamento/Género.....	247
Gráfico 77.2 - Alojamento/Escalão Etário.....	247
Gráfico 77.3 - Alojamento/Nível de Escolaridade.....	248
Gráfico 77.4 - Alojamento/Situação Profissional.....	249
Gráfico 78 – Acessos.....	249
Gráfico 78.1 - Acessos/Género.....	250
Gráfico 78.2 - Acessos/Escalão Etário.....	250
Gráfico 78.3 - Acessos/Nível de Escolaridade.....	251
Gráfico 78.4 - Acessos/Situação Profissional.....	252
Gráfico 79 - Oferta de diversão nocturna.....	252
Gráfico 79.1 - Oferta de diversão nocturna/Género.....	253
Gráfico 79.2 - Oferta de diversão nocturna/Escalão Etário.....	254
Gráfico 79.3 - Oferta de diversão nocturna/Nível de Escolaridade.....	254
Gráfico 79.4 - Oferta de diversão nocturna/Situação Profissional.....	255
Gráfico 80 - Simpatia da população local.....	256
Gráfico 80.1 - Simpatia da população local/Género.....	256
Gráfico 80.2 - Simpatia da população local/Escalão Etário.....	257
Gráfico 80.3 - Simpatia da população local/Nível de Escolaridade.....	257
Gráfico 80.4 - Simpatia da população local/Situação Profissional.....	258
Gráfico 81 - Eventos especiais.....	259
Gráfico 81.1 - Eventos especiais/Escalão Etário.....	259
Gráfico 81.2 - Eventos especiais/Escalão Etário.....	260
Gráfico 81.3 - Eventos especiais/Nível de Escolaridade.....	261
Gráfico 81.4 - Eventos especiais/Situação Profissional.....	261

Gráfico 82 – Custos.....262

Gráfico 82.1 - Custos/Género.....263

Gráfico 82.2 - Custos/Escalão Etário.....263

Gráfico 82.3 - Custos/Nível de Escolaridade.....264

Gráfico 82.4 - Custos/Situação Profissional.....265

Actividades de Turismo

Gráfico 83 - Análise das Actividades por Escalão Etário.....268

Gráfico 84 - Análise das Actividades por Nível de Escolaridade.....270

Gráfico 85 - Análise das Actividades por Situação Profissional.....271

Gráfico 86 - Análise das Actividades por Frequência Anual de Viagem.....273

Gráfico 87 - Análise das Actividades por Duração da Viagem.....275

Fontes de Informação

Gráfico 88 – Amigos.....277

Gráfico 88.1 - Amigos/Género.....277

Gráfico 88.2 - Amigos/Escalão Etário.....278

Gráfico 88.3 - Amigos/Nível de Escolaridade.....279

Gráfico 88.4 - Amigos/Situação Profissional.....279

Gráfico 89 – Familiares.....280

Gráfico 89.1 - Familiares/Género.....281

Gráfico 89.1 - Familiares/Escalão Etário.....281

Gráfico 89.3 - Familiares/Nível de Escolaridade.....282

Gráfico 89.4 - Familiares/Situação Profissional.....283

Gráfico 90 – Internet....283

Gráfico 90.1 - Internet/Género.....284

Gráfico 90.2 - Internet/Escalão Etário.....285

Gráfico 90.3 - Internet/Nível de Escolaridade....285

Gráfico 90.4 - Internet/Situação Profissional.....286

Gráfico 91 - Programas de televisão/rádio.....	287
Gráfico 91.1 - Programas de televisão/Género.....	287
Gráfico 91.2 - Programas de televisão/Escalão Etário.....	288
Gráfico 91.3 - Programas de televisão/Nível de Escolaridade.....	289
Gráfico 91.4 - Programas de televisão/Situação Profissional.....	289
Gráfico 92 - Agências especializadas.....	290
Gráfico 92.1 - Agências especializadas/Género.....	291
Gráfico 92.2 - Agências especializadas/Escalão Etário.....	291
Gráfico 92.3 - Agências especializadas/Nível de Escolaridade.....	292
Gráfico 92.4 - Agências especializadas/Situação Profissional.....	293
Gráfico 93 - Jornais, revistas e livros.....	293
Gráfico 93.1 - Jornais, revistas e livros/Género.....	294
Gráfico 93.2 - Jornais, revistas e livros/Escalão Etário.....	295
Gráfico 93.3 - Jornais, revistas e livros/Nível de Escolaridade.....	295
Gráfico 93.4 - Jornais, revistas e livros/Situação Profissional.....	296
Gráfico 94 - Folhetos informativos.....	297
Gráfico 94.1 - Folhetos informativos/Género.....	297
Gráfico 94.2 - Folhetos informativos/Escalão Etário.....	298
Gráfico 94.3 - Folhetos informativos/Nível de Escolaridade.....	298
Gráfico 94.4 - Folhetos informativos/Situação Profissional.....	299

Índice de Figuras

Figuras

Figura A – Modelo teórico Cooper (2001).....	53
Figura B – Motivações para Viajar Fonte: Cooper, C. et al (2001) adaptado de Schmoll, 1977 .	54
Figura C Fonte: Cooper, C. et al (2001) citanto Moscardo et al (1996).....	55
Figura D – Perfil do Consumidor de Natureza Soft/Hard Fonte: Retirado de Turismo de Natureza, Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008	62
Figura E Fonte: Cooper, Chris (2001).	74
Figura F Fonte: “Turismo de Natureza”, estudo realizado por THR para o Turismo de Portugal, I.P.....	75

Resumo

O turismo de natureza encontra motivação principal do acto de viajar no usufruto de áreas naturais, sua observação e compreensão, oriunda de um forte desejo de evasão do meio urbano (Cunha, 2009). O mercado europeu de turismo de natureza contabiliza 22 milhões de viagens por ano, crescendo 7% ao ano (Turismo de Portugal, 2007). O turismo de aventura e o turismo desportivo têm sido estudados por vários autores, nomeadamente no que se refere à tipologia dos respectivos turistas (Beedie, 2003; Sung, 2004; Weber, 2001; Weed, 2008).

Neste contexto, o objectivo deste estudo é determinar as características da procura turística a Barragem do Alqueva. Procuramos saber as suas motivações e necessidades; onde recolhem informações; e a procura de actividades no maior lago artificial da União Europeia. A identificação das características dos consumidores será um contributo valioso para a construção de pacotes de desporto e turismo.

Foi usado, como instrumento de pesquisa, um inquérito, previamente validado, que nos permitiu caracterizar devidamente a amostra, estudar os seus hábitos de consumo e motivações, e determinar as características da procura de actividades turísticas, entendendo, em simultâneo, os desvios relativos aos principais grupos estudados.

Observamos assim que as principais motivações para viajar para destinos de Natureza se prendem com características inerentes à própria Natureza, correspondendo ao que já tinha sido observado por outros autores (Cunha, 2009). Relativamente à procura de actividade, observamos que é tendência transversal à amostra a preferência por actividades de cariz sócio-cultural. Ainda assim, observamos, entre os indivíduos mais jovens e entre os mais escolarizados, uma maior tendência para a envolvimento em actividades de carácter físico e desportivo.

Palavras-chave: Turismo Desportivo, Turismo de Natureza, Turismo Rural, Turismo de Aventura, Barragem do Alqueva, Alentejo, Procura de Actividades de Turismo, Motivações do Turismo, Procura de Actividades Desportivas, Procura de Actividades Sócio-culturais

Abstract

Keywords: Sports Tourism, Nature Tourism, Rural Tourism, Adventure Tourism, Alqueva Dam, Alentejo, Demand for Tourism Activities, Motivations for Tourism, Sport Activities Demand, Social and Cultural Activities Demand

Nature tourism finds the main motivation for traveling in the enjoyment of natural areas, in their observing and understanding, and from a strong desire to escape the urban environment (Cunha, 2009). The European market for nature tourism accounts for 22 million trips per year, growing 7% per year (Turismo de Portugal, 2007). Adventure tourism and sports tourism have been studied by several authors, notably regarding the typology of tourists (Beedie, 2003; Sung, 2004; Weber, 2001; Weed, 2008).

In this context, the aim of this study is to determine the characteristics of tourism demand the Alqueva dam. We seek to know their motivations and needs; where the information is gathered; and the demand for activities in the largest artificial lake in the European Union. Identifying the characteristics of the consumers will be a valuable contribution to the construction of sport and tourism packages.

It was used, as research instrument, a survey, previously validated, allowing us to properly characterize the sample, study their consumption habits and motivations, and determine the characteristics of the demand for tourism activities, and understand the deviations between the main groups.

We noted that the main motivations for traveling to Nature relate to characteristics inherent to the Nature itself, as already observed by other authors (Cunha, 2009). As for the demand for tourism activities, we were able to identify a trend across the sample, related to the preference for socio-cultural activities. Still, we found that younger individuals and the more educated (Post-Graduated), are more likely to immersion in a physical activities and sports, during their traveling to Nature environments.

Introdução

Segundo um estudo realizado em 2008 pelo Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal sobre o Turismo de Natureza existem diferenças no perfil dos consumidores de Natureza *Soft* e de Natureza *Hard*, sendo os representantes do primeiro grupo essencialmente compostos por agregados familiares com filhos, casais e reformados, tradicionalmente com maior poder de compra em comparação com os consumidores de Natureza *Hard* e de desportos de natureza. Nos últimos é encontrada uma maioria de jovens entre os 20 e os 35 anos, estudantes e profissionais liberais, geralmente praticantes regulares de desporto.

Deste modo, podemos desde já distinguir dois grupos-alvo com diferentes características e hábitos de consumo. Este aspecto será aprofundado através da caracterização do perfil dos consumidores de Turismo de Natureza na Região, assumindo especial relevância neste contexto, estando documentado na literatura económica que dois dos principais factores que afectam a curva da procura de um determinado bem, produto ou serviço são o rendimento médio da população e os seus gostos pessoais (Samuelson & Nordhaus, 2005), objecto principal do presente estudo.

De acordo com a teoria económica, a função da procura estabelece uma relação entre os factores que afectam a curva da procura¹. Esses factores são: (1) o rendimento médio dos consumidores, (2) a dimensão do mercado, (3) o preço e disponibilidade dos bens substitutos, (4) os gostos e preferências da população e (5) as influências especiais.

Samuelson e Nordhaus (2005) consideram o rendimento dos consumidores (R_c) o elemento-chave da expressão da procura argumentando

¹ A curva da procura estabelece uma relação entre o preço e a quantidade procurada de um bem, produto ou serviço. É calculado para cada preço a soma das quantidades procuradas da população. A curva da procura obedece à Lei da inclinação negativa da procura que nos diz que mantendo-se tudo constante (rendimento médio, dimensão do mercado, preço de bens substitutos, gostos da população e influencias especiais) quando um preço de um bem aumenta a quantidade procurada diminui.

que com o aumento do rendimento médio da população, os indivíduos tendem a comprar mais de quase tudo. Esta afirmação é suportada por vários estudos de investigação, entre eles o trabalho realizado por Garcia & Rodriguez (2002) sobre os aspectos que determinam a assistência a um jogo de futebol num estádio. Este trabalho tem especial importância uma vez que se trata de um tipo de procura desportiva² embora haja diferenças notórias entre a procura de prática desportiva e a procura de eventos desportivos. No entanto, a especificidade da procura desportiva assenta no facto desta constituir uma procura de lazer e de consumo improdutivo de tempo, o que engloba do mesmo modo a procura de espectáculos desportivos e a procura de prática desportiva, excepção feita aos profissionais do desporto (atletas, treinadores e entourage) que estão a exercer actividade profissional remunerada.

Para efeito do presente estudo, vamos considerar os profissionais do desporto como parte integrante da procura desportiva de desportos de natureza, e consequentemente de Turismo de Natureza, uma vez que vão afectar directamente a curva da procura como será visto adiante.

A dimensão do mercado (Dm) é igualmente um factor determinante com impacto directo sobre a procura. É previsível que uma população de 10 milhões apresente uma tendência para consumir dez vezes mais maçãs do que uma população de 1 milhão.

Um exemplo prático que comprova esta tese aplicada à procura da prática desportiva é o número de atletas inscritos em Federações Desportivas em Portugal Continental e nas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Considerando os atletas federados como consumidores da prática desportiva logo parte integrante da procura do desporto verificamos que, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2008, em Portugal foram inscritos em Federações Desportivas 489.283 atletas, 452.180 em Portugal Continental e 37.103 divididos pelas Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Segundo os dados dos Censos 2001, e assumindo para o efeito que as

² A procura desportiva engloba a procura de prática desportiva (clubes, ginásios e todas as entidades que oferecem a prática de actividades desportivas) e a assistência a eventos desportivos considerando-se assim uma procura global. Para o caso do presente estudo este factor assume especial relevância uma vez que é realizado na Barragem do Alqueva uma das maiores e mais importantes competições internacionais de Pesca Desportiva. Esta temática será abordada mais à frente no trabalho.

características demográficas se mantiveram inalteradas desde então, é verificável que Portugal engloba uma população de 10.356.117 habitantes sendo que destes 9.869.343 residem em Portugal Continental e os restantes 486.774 dividem-se entre as Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Constatamos assim que a procura desportiva aumenta claramente com o aumento da população sendo que em Portugal Continental 4,6% da população está inscrita numa Federação Desportiva representando essa percentagem 452.180 atletas em valores brutos (quase a totalidade de habitantes nas Regiões autónomas da Madeira e Açores). Em termos percentuais pode ainda verificar-se que nas Regiões Autónomas 7,76% da população está inscrita numa federação desportiva.

Este facto pode ser explicado através de vários factores da curva da procura, como por exemplo a menor dimensão de mercado faz com que os gostos da população sejam menos variados ou pelo facto das Regiões Autónomas serem Ilhas com poucos habitantes onde as opções de lazer e ocupação de tempos livres são mais limitadas do que em Portugal Continental onde a oferta é maior e mais variada.

Isto remete-nos para outra questão que tem grande influência na curva da procura que é o preço (Pr/s) e a disponibilidade de bens relacionados. Aqui, Samuelson e Nordhaus (2005) distinguem dois tipos de bens relacionados: (1) os bens relacionados (ou de complementaridade) com a procura de um determinado bem ou serviço propriamente dito e (2) os bens substitutos.

Esta distinção deriva da elasticidade preço cruzada da procura. Trata-se da variação da procura de um bem causada por alterações de preço de outro bem. Assim, os bens que tenham uma elasticidade procura-preço positiva, são normalmente denominados bens substitutos. Pelo contrário, aos bens/serviços que apresentem uma elasticidade procura-preço negativa, chamamos bens complementares (César das Neves, 2001).

Cada uma destas espécies de bens relacionados (complementares ou substitutos) tem um impacto diferente na procura. A razão para tal efeito é muito simples. A elasticidade mede o grau de dependência entre a procura de

dois bens. Nos bens substitutos, quando o preço de um deles sobe, a procura do outro bem também sobe, na medida em que houve a substituição do consumo de um pelo outro bem. Pelo contrário, como a procura de dois bens complementares se move no mesmo sentido, sempre que o preço de um deles aumenta, diminuem os níveis de procura em ambos os bens (César das Neves, 2001; Samuelson & Nordhaus, 2005).

Os gostos e preferências (G) individuais assumem igualmente um papel de relevo na teoria da procura. De acordo com a teoria económica e com trabalhos publicados nomeadamente na área do Marketing (Shank, 2002) os gostos e as experiências pessoais avocam grande importância no comportamento do consumidor. Estes podem resultar de influências históricas e culturais, podem reflectir desejos e/ou necessidades fisiológicas/psíquicas genuínas ou constituir desejos incutidos artificialmente através dos vários ramos do Marketing.

Por fim temos as influências especiais (IE) que afectam a procura de bens específicos, no caso do presente trabalho, do Turismo de Natureza e da Prática de Desportos em Ambiente Natural. Assim podemos já deduzir uma expressão global para a procura (P):

$$P = f(R_m, D_m, Pr/s, G, IE1, IE2, IE3, IE4, \dots, IEn)$$

Grande parte dos trabalhos de estudo de impacto económico do Turismo e do Turismo de Natureza são realizados numa perspectiva da procura e do consumidor (ou seja do Turista). A metodologia geralmente utilizada pelos investigadores é o inquérito por meio de questionário a turistas e a não residentes sobre os gastos durante o período de visita a um determinado local. Os estudos realizados por Deepak Chhabra (2004) sobre o Impacto Económico do Turismo de Natureza (estudo de caso de Napa County) constituem-se como exemplo, assim como o trabalho realizado pela *Division of Oxford Economics* sobre o Impacto Económico do Turismo e da Campanha “I Love New York” (2006) e ainda o estudo conduzido pela Fundação Getulio Vargas referente à Pesquisa do Impacto Económico dos Eventos Internacionais realizados no Brasil 2007/2008 (2009).

Todos estes trabalhos têm ainda como factor comum o facto de serem estudos retrospectivos nos quais a amostra é seleccionada através de critérios específicos e pré-determinados (local de residência e motivo da viagem/visita). A seriação dos critérios de selecção da amostra assume um papel fundamental neste estudo uma vez que se trata da caracterização de um grupo muito específico de consumidores e de uma espécie de Turismo com características muito peculiares³, que serão devidamente abordadas durante análise bibliográfica.

O **objectivo geral** deste trabalho consiste pois em estudar o **perfil do consumidor de Turismo de Natureza** utilizando como estudo de caso a Barragem do Alqueva, que é o **maior lago artificial da Europa**.

É nesta perspectiva que vai ser criada a metodologia para averiguar a procura de Turismo de Natureza na Barragem do Alqueva (posteriormente importante para uma possível medição do respectivo impacte económico) através da caracterização do perfil socioeconómico e desportivo do consumidor de Turismo de Natureza na região.

Como instrumento de recolha de dados foi criado um questionário que pretende determinar e caracterizar o tipo de consumidor de Turismo de Natureza, no qual será dada especial atenção às preferências e gastos relacionados com a alimentação e estadia, motivações, actividades procuradas, e fontes de informação preferenciais.

Deste modo, pretende-se traçar um perfil demográfico, sociológico e desportivo do consumidor de modo a aferir o impacto da procura do Turismo de Natureza na economia das regiões circundantes à Barragem do Alqueva.

A Barragem do Alqueva apresenta-se hoje como uma incrível oportunidade de desenvolvimento regional, com impactos nos mais variados

³ Segundo Maria João Burnay (2000) o Ecoturismo (o Turismo de Natureza é uma variante do Ecoturismo) tem como um dos seus pilares a descoberta e aprendizagem de ambientes selvagens e naturais. No entanto, a Barragem do Alqueva é uma infra-estrutura artificial que potencia um grande desenvolvimento no Turismo de Natureza e no Ecoturismo como é observável pelo investimento de 940 Millhões de euros que vai ser realizado para a construção do empreendimento turístico denominado Parque Alqueva. A Barragem do Alqueva potencia igualmente o turismo para prática desportiva de modalidades que não estão associadas ao Desporto de Natureza.

sectores da sociedade, em especial no Turismo. Com cerca de 1200 km de margem (mais do que Portugal continental), a albufeira do Alqueva apresenta um enorme potencial pólo de atracção turística na Península Ibérica, dadas as suas propriedades geográficas.

Estas características latentes despoletaram o nosso interesse e entusiasmo para a presente investigação. Nesta sequência, começamos assim por nos interrogar:

- 1) O que procuram as pessoas que viajam até ao Alqueva?
- 2) Porque escolhem essas pessoas viajar até ao interior do Alentejo onde se situa o maior lago artificial da Europa?
- 3) Quais as actividades que os turistas na região mais procuram?
- 4) Como é que os viajantes para locais de Natureza seleccionam o destino de viagem?

Dada a problematização atrás sumariada, definimos assim a nossa pergunta de partida, que conduziu não só toda a revisão bibliográfica exposta mais adiante, como à metodologia eleita para efectuar a investigação empírica:

Quais as características, motivações, desejos e necessidades dos Turistas que procuram a Barragem do Alqueva como destino de viagem?

1. Revisão Bibliográfica

O Turismo de Natureza, tema central deste estudo, surgiu como ramo natural de uma variante Turista cada vez mais em voga nos dias que correm, o Ecoturismo (Burnay, 2000). No entanto, a problemática do Turismo de Natureza em zona de barragem ou de lago artificial levanta uma série de questões e de conflitos conceptuais que passamos a analisar.

Do ponto de vista estrutural, uma barragem é uma construção humana, artificial, com um objectivo muito específico. Não é diferente de uma central eólica, ou do ponto de vista puramente nocional, de uma fábrica construída em zonas de paisagem natural.

No entanto, nos dias que correm, cada vez mais as barragens se transformam em pólos de atracção turística capazes de alavancar a economia local e nacional de um modo nunca antes visto. A Barragem do Alqueva será talvez o expoente máximo deste facto, considerando o investimento megalómano que será realizado na região na construção de um empreendimento turístico vocacionado para o Turismo de Natureza.

Comecemos então por analisar o que a bibliografia a que recorremos nos explica sobre estes temas.

1.1. A barragem

A barragem é seguramente uma das maiores invenções da Humanidade. É talvez, a par das ventoinhas eólicas, o expoente máximo da capacidade do ser humano em aproveitar ao máximo os recursos naturais que

a anatomia do planeta nos oferece para melhor nos adaptarmos e podermos prosperar, ainda que de modo artificial, sem danificar o ambiente à nossa volta⁴.

Será sempre impossível para o Homem edificar algo sem qualquer tipo de impacto ambiental. A própria definição de impacto ambiental prevê que tal aconteça. Podemos definir impacto ambiental como os efeitos, positivos ou negativos, consequência da acção humana no meio ambiente (Ferreira, 2009). Assim, segundo o próprio conceito, qualquer interacção humana com o meio natural é propício a impactos mais ou menos relevantes. Esta é uma problemática que está omnipresente nos conceitos relacionados com a prática de Turismo de Natureza. É igualmente com base nesta definição que é feita a distinção entre os Desportos de Natureza pela própria legislação como aliás, será visto adiante.

Uma barragem, do ponto de vista estrutural, não é mais do que uma barreira ou represa artificial, construída em recursos hídricos que, a montante, cria uma albufeira e eleva o nível natural dos cursos de água e permite, a jusante, controlar o caudal dos mesmos.

Do ponto de vista funcional encontramos vários tipos de barragem:

- Para produção de energia – Como já foi referido, hoje em dia a energia hidroelétrica é uma das mais importantes fontes de energias renováveis;
- Para abastecimento de água – Armazenamento de água para grandes centros populacionais e zonas industriais é uma necessidade recorrente;
- Para rega – É o caso da Barragem do Alqueva. Do mesmo modo que a Barragem do Castelo do Bode construída no Rio Zêzere abastece de água a região de Lisboa e Vale do Tejo, a Barragem do Alqueva foi construída originalmente com o objectivo de armazenar água de modo a

⁴ Trata-se de uma análise subjectiva e extremamente redutora, ainda assim, a energia que advém da construção de barragens é considerada como fonte de energia limpa não poluente. Ainda assim esta forma de obtenção de energia altera profundamente o meio em que se insere (veja-se o caso do Alqueva) com consequências inquestionáveis na fauna e na flora locais. Embora as barragens sejam uma forma de produção de energia não poluente está sempre limitada pela geografia de uma determinada região.

alavancar a agricultura na região dos distritos de Évora e Beja como será visto adiante no trabalho;

- Recreação – Embora não haja nenhuma barragem construída exclusivamente com o fim de proporcionar oferta de lazer à população, a verdade é que hoje em dia a construção de uma barragem tem a capacidade e o valor acrescentado de transformar a oferta turística local. É neste aspecto que se centrará a presente investigação.

Existem ainda, do ponto de vista funcional, outras características importantes das barragens como o controlo do caudal dos rios, retenção de detritos e ainda defesa contra cheias dos territórios a jusante. Aqui convém destacarmos a importância a nível de impacto ambiental do controlo do caudal dos rios numa perspectiva de prosperação de fauna e flora. De acordo com a literatura especializada, os salmonídeos (trutas e salmões) são especialmente sensíveis ao caudal dos rios, essencialmente em época reprodutiva (Janitzki). A pesca destas espécies é controlada pela legislação. É prática comum hoje em dia controlar o caudal dos rios durante a época reprodutiva dos salmonídeos (e não só), através de diques e barragens de modo a prevenir a extinção de determinadas espécies.

É difícil situar a construção de barragens numa perspectiva histórica. É sabido que o berço da civilização se situa na região da Mesopotâmia, entre os rios Tigre e Eufrates (Frankfort, 1951; Oppenheim, 1968). Desde cedo o ser humano sentiu a necessidade de se estabelecer junto a cursos de água. À medida que as populações foram crescendo e os recursos se foram tornando cada vez mais escassos para responder às necessidades e desejos globais, o Homem começou a procurar modos de reter água e aumentar os recursos à sua disposição. A retenção dos recursos hídricos através de diques e represas foi uma das formas encontradas para o efeito. É impossível situar no tempo com exactidão quando o homem começou a edificar as primeiras represas mas são conhecidas construções desde o Antigo Egipto e até do Médio Oriente da região Mesopotâmia, aproximadamente 3000 anos a.C. (Yang *et al.*, 1999).

A nível nacional são conhecidas construções desde a ocupação romana, mas a primeira grande construção foi a Barragem de Vilarinho da Furna (Antunes, Duarte & Reino, 2006). Actualmente a construção de hidroeléctricas são empreendimentos megalómanos que regra geral exigem o deslocamento de grandes populações tanto por causa da construção propriamente dita, como por consequência desta (veja-se o caso da construção do Alqueva e da construção da Aldeia da Luz).

A maior barragem que existe actualmente está situada na China, no Rio Yangtzé, o maior rio chinês. Foi concluída em 2006, controlando uma área de drenagem de cerca de um 1 milhão de Km² com um caudal médio de 451 bilhões de m³. Esta foi igualmente uma construção realizada com o objectivo de prevenir cheias nas planícies a jusante.

1.2. A Barragem do Alqueva: Enquadramento Histórico e Geográfico

Podem ser encontradas referências à necessidade de criação de uma reserva de água artificial no Rio Guadiana desde os finais da monarquia. No entanto, o certo é que o primeiro projecto enquanto “Empreendimento de Fins Múltiplos” para criação de um lago artificial data apenas de 1957, altura em que foi criado o Plano de Rega do Alentejo. Este projecto, concebido pelo governo ditatorial do Estado Novo, tendo sido inicialmente desenhado com o propósito de combater o êxodo rural, abrindo oportunidade para a “colonização interna”, através do estabelecimento de famílias de agricultores na região e para contribuir para a fixação de mão-de-obra produtiva no interior alentejano (Rosa, 2002).

Neste contexto social, a revolução de 25 de Abril de 1974 veio alterar de certo modo a visão e o projecto para o mundo rural, dando lugar a uma Reforma Agrária (de 1975) conduzida pelo proletariado rural e apoiada pelo Movimento das Forças Armadas (Rosa, 2002). Foi em 1975 que o governo

decidiu avançar com o projecto e em 1976 começaram as obras preliminares. Estas tiveram a duração de dois anos, durante os quais foram construídas duas ensecadeiras⁵, a montante e a jusante, o túnel de desvio provisório do rio (que permite a realização de trabalhos no leito do rio), e ainda os acessos e infra-estruturas de apoio à obra. Entre 1978 e 1993 não se realizaram quaisquer obras tendo o projecto sido alvo de novas avaliações.

Em 1993 foi criada a Comissão Instaladora da Empresa do Alqueva (CIEA) que organizou os primeiros concursos públicos internacionais com o objectivo de retomar o empreendimento. Em 1995, a CIEA deu lugar à Empresa de Desenvolvimento e Infra-estruturas do Alqueva, S.A., que reiniciou os trabalhos de construção da barragem.

Finalmente, em Maio de 1998 começaram as primeiras betonagens, tendo somente em Janeiro de 2002 ficado concluído o corpo principal da Barragem. O enchimento da barragem começou dia 8 de Fevereiro de 2002, tendo em 2004 sido inaugurada a central hidroeléctrica.

Cronologia dos acontecimentos⁶:

1968 - Celebração do Convénio Luso-espanhol para utilização dos rios internacionais;

1975 - Aprovação pelo Conselho de Ministros da realização do Projecto;

1976 - Início das obras preliminares (ensecadeira/infra-estruturas de apoio à obra);

1978 – Interrupção das obras;

1980 – Nova Resolução do Conselho de Ministros determina a retoma dos trabalhos;

⁵ Define-se ensecadeiras como dispositivos utilizados para a contenção temporária de superfícies escavadas contra a acção de águas superficiais ou subterrâneas, em terrenos saturados ou alagados, onde se pretende executar obras sem a interferência das mesmas (fonte: Companhia Estadual de Habitação e Obras Públicas, Brasil)

⁶ Fonte: <http://www.alqueva.eu/>

1993 – Decisão do Conselho de Ministros para retoma do Empreendimento; Criação da Comissão Instaladora da Empresa do Alqueva (CIEA);

1995 – Retoma dos trabalhos na Barragem do Alqueva;

1996 – Através da Resolução do Conselho de Ministros nº 8/96, o Governo assume "avançar inequivocamente com o projecto do Alqueva" com ou sem financiamento comunitário; Adjudicação da empreitada principal de construção civil da barragem e central de Alqueva;

1998 – Início das betonagens na Barragem de Alqueva;

2000 – Adjudicação da empreitada para a execução do primeiro bloco de rega do Sistema Global de Rega de Alqueva;

2002 – Encerramento das Comportas da Barragem de Alqueva e início do enchimento da Albufeira; Abertura ao trânsito da estrada Portel/Moura sobre o coroamento da Barragem do Alqueva;

2004 – Inauguração da Central hidroeléctrica;

2005 – Conclusão do contra-embalse (barragem de Pedrógão);

2010 – A 1 de Janeiro, a albufeira de Alqueva regista o nível de água com a cota 150,17 metros acima do nível do mar, o que corresponde a 91 por cento da sua capacidade máxima; Em 12 de Janeiro o nível de água armazenada atingiu a cota máxima de 152 metros, um metro abaixo do nível de máxima cheia para que albufeira está preparada. Trata-se de um volume de água armazenada de 4.150 hectómetros cúbicos.

Construída na bacia hidrográfica do Rio Guadiana e situada entre os distritos de Évora e Beja, a albufeira da Barragem do Alqueva é actualmente o maior lago artificial da comunidade europeia. Com cerca de 1200 km de margem, dependendo do nível da água, o Grande Lago estende-se por 83 km ao longo dos concelhos de Moura, Mourão, Portel, Reguengos de Monsaraz e Alandroal.

Na zona da Ribeira do Azevel e da povoação de Monte Juntos, a albufeira estabelece a fronteira geográfica entre Portugal e Espanha, característica recorrente na zona sul do Rio Guadiana.

1.3. O Rio Guadiana

O Guadiana nasce na região de Campo Montiel nas Lagoas de Ruidera, a 1700 metros de altitude em Espanha, alongando-se por um território de 711 km divididos entre 471 km em Espanha e 240 km em Portugal.

É conveniente fazer aqui a distinção do Guadiana pré e pós Alqueva. Antes da construção da albufeira do Grande Lago, a bacia hidrográfica do Guadiana estendia-se por uma área de 66 889 km² (11 525 km² em Portugal e 55 364 km² em Espanha). Desagua no sul da península Ibérica onde faz fronteira entre Vila Real de Santo António (Portugal) e Ayamonte (Espanha).

O Guadiana tem como principais afluentes os Rios Xévor, Caia, Degebe, Cobres, a Ribeira de Oeiras, a Ribeira Vascão, as Ribeiras de Odeleite e de Ardila e o Ribeira das Choças. É navegável até 70 km a montante da foz, até à Vila de Mértola e manifesta um caudal médio anual de 90,86 m³/s. Ao longo do seu percurso da nascente até à foz apresenta uma inclinação média de 0,099%.

A bacia do Guadiana apresenta das mais belas paisagens da Península Ibérica, passando pelas serras Branca, da Barrada, da Senhora do Amparo, da Sina, das Fernandes, da Alcaria Ruiva, de Mértola, de Motrinos, de São Barão, de Serpa, do Extremo, do Castelo e pela Sierra Brava.

O Guadiana⁷ passa ainda por várias povoações destacando-se Mértola, Castro Marim, Mourão, Moura, Serpa, Vila Real de Santo António, Vila Nueva del Fresno, Reguengos de Monsaraz, Alandroal, Alcoutim, Campo Maior, e Ayamonte.

⁷ É possível verificar que a Bacia Hidrográfica do Rio Guadiana abrange do mesmo modo outras povoações tendo estas sido destacadas pelo autor como consequência da importância a elas atribuída pelo mesmo no contexto Turístico.

É verificável, através da Carta Litológica o Atlas do Ambiente⁸, que o território nacional da bacia do Guadiana é constituído principalmente por xistos (71%) e granitos (14%).

Relativamente à ocupação do solo, segundo o Corine Landcover de 2000, o solo português da bacia do Guadiana é ocupado na sua maioria por terrenos agrícolas, entendendo-se por cerca de 69,3 % do território, 0,6% de áreas artificiais, 29,1% de florestas e áreas de paisagem natural e 1% de planos de água. Alertamos contudo, para o facto de poderem existir algumas incorrecções nestes valores, devido ao enchimento da albufeira do Alqueva em 2005 e tendo ainda em consideração o projecto de empreendimento turístico que será realizado na zona de Barragem do Alqueva.

O Rio Guadiana compreende ainda uma zona de área protegida a montante da Barragem do Alqueva, O Parque Natural do Vale do Guadiana, um belo pólo de atracção turística de Turismo de Natureza com determinadas características bastante peculiares que passamos a analisar.

1.4. O Parque Natural do Vale do Guadiana

O troço médio do Vale do Guadiana recebeu o estatuto de Parque Natural pelo decreto de lei nº 28/95 de 18 de Novembro como forma de preservar os valores existentes e promover o desenvolvimento sustentável da região. De acordo com o Instituto de Conservação da Natureza, a região apresenta um claro interesse a nível de fauna e flora sendo cada vez mais explorada pelas suas características naturais com grandes condições para a prática de Turismo de Natureza *Soft* e *Hard*.

O Parque Natural estende-se por uma zona de 69 773 hectares de planícies, serras e vales, abrangendo parte dos concelhos de Mértola e Serpa. O ponto mais alto situa-se na Serra da Alcaria a 370 metros do nível médio das águas do mar.

⁸ Fonte: Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional.

Relativamente à fauna e flora, o Guadiana possui uma grande variedade de habitats naturais que permitem a proliferação não só de espécies autóctones mas igualmente de espécies migratórias ou introduzidas por acção humana. É ainda, de acordo com o Instituto de Conservação da Natureza, dos locais em Portugal com maior potencial para ser reintroduzido o Lince Ibérico.

Podemos encontrar Vale do Guadiana zonas de matagal mediterrâneo, onde proliferam plantas como a azinheira, o sargaço ou o trovisco; zonas de montado que aparecem como consequência da acção humana caracterizando-se pelos aglomerados de sobreiros e azinheiras; zonas de estepe cerealífera que do mesmo modo se caracterizam pela acção humana consequência da transformação de zona de Bosque Mediterrâneo em campos de cultivo; e por fim, zonas de ribeira que apresentam grandes variações no seu caudal ao longo do ano. Estas zonas são de uma importância fundamental na proliferação tanto da fauna como da flora locais, estando já identificadas várias espécies piscícolas cuja sobrevivência depende destes recursos hídricos.

É ainda possível encontrar uma grande variedade de espécies ameaçadas ou exclusivas do Vale do Guadiana⁹. É o caso do Bufo Real, a maior espécie de mocho da Europa, a Águia-real, a Cobra-de-Pernas Pentadáctila e os peixes Saramugo, Boga do Guadiana, Caboz de Água Doce e Barbo de cabeça Pequena.

1.5. O Alentejo

O Alentejo é geograficamente a maior região (NUTS¹⁰) de Portugal, estendendo-se por uma área de 27 324 km² e ocupando cerca de um terço do território continental. Compreende ainda 4 sub-regiões (NUTS): Alentejo Central, Alentejo Litoral, Alto Alentejo, Baixo Alentejo e Lezíria do Tejo.

⁹ Fonte: Instituto de Conservação da Natureza

¹⁰ Nomenclature d'Unités Territoriales Statistiques

Geograficamente, o Alentejo compreende ainda 58 concelhos e 392 freguesias tendo como principais centros urbanos as cidades de Évora, Beja, Elvas, Portalegre, Sines e Montemor-o-Novo.

Em termos de população residente total, existem perto de meio milhão de habitantes (535 753), de acordo com dados dos Censos de 2001, embora sejamos forçados a admitir que estes valores já não sejam os mais correctos uma vez a recolha de dados foi efectuada há 9 anos. Dados mais recentes apontam ainda para um aumento da população residente para os 767 679 habitantes, cerca de 7,2% da população nacional (INE, 2004).

No entanto, o Alentejo apresenta uma grande amplitude em populacionais, recorrente das suas características de pólo de atracção turística. Assim é previsível que haja, no Verão uma maior densidade populacional, sobretudo nos grandes centros urbanos onde se concentra o grosso da oferta em termos de lazer e animação turística.

A região Alentejana apresenta ainda das mais baixas densidades populacionais com apenas 19 habitantes por km², contando ainda com uma taxa de envelhecimento da população de 176% e uma variação populacional, entre 1991 e 2001, de -2,5%. Outro dado relevante é a taxa de natalidade demasiado baixa, situando-se somente nos 8,4‰ (Censos, 2001).

Um dado importante prende-se com as actividades económicas na região. De acordo com a mesma fonte, o Alentejo apresenta um Produto Interno Bruto de 5 225 106 €: euros. Este valor reflecte não só a desertificação e a falta de apoios ao empreendedorismo na região, como ainda o incrível desperdício de recursos naturais. É fácil verificar a veracidade desta afirmação matematicamente. Vejamos:

$$5\,225\,106\text{ €} / 27\,324\,000\text{ m}^2 = 0,19\text{ €/m}^2$$

Através deste simples cálculo, verifica-se que cada metro quadrado de terra no Alentejo produziu em média aproximadamente 20 cêntimos brutos. Naturalmente que esta é uma expressão extremamente redutora, mas é do mesmo modo exemplificadora e elucidativa do desperdício de recursos que transparece através de uma observação objectiva.

Podemos continuar o raciocínio elucidando através da produção agrícola. Actualmente numa grande superfície comercial, um quilograma de maçãs custará (dependendo da marca, da origem e do estabelecimento) por volta de 1,50€¹¹. Consideremos que, de acordo com dados do Grupo Fisher¹², cada árvore (dependendo da densidade do pomar) produzirá entre 112 e 250 maçãs, isto é, entre 15 e 33 kg de maçãs.

Um forte investimento na produção frutícola e no sector primário¹³ em geral seria certamente alavancador da economia, não só local mas também nacional, uma vez que tenderíamos a aproveitar os nossos recursos naturais aumentando não só o estabelecimento de empresas na região como também faria diminuir o desemprego a nível nacional, combateria o êxodo rural e o envelhecimento da população alentejana, e, a uma escala maior, diminuiria a importação de produtos alimentares de países da comunidade europeia e da América do Sul como aumentaria do mesmo modo as exportações de produtos do sector primário.

Seguindo esta linha de pensamento, em termos brutos se considerarmos um terço do território alentejano como terreno produtivo ($27\,324\,000\text{ m}^2 / 3 = 9\,108\,000\text{ m}^2$) a produzir à escala de uma árvore de fruto por m^2 no mínimo das suas capacidades¹⁴ (15 kg) e considerando que as grandes superfícies de distribuição colocam uma margem de lucro no preço de venda de 0,50€/kg¹⁵, poder-se-á obter uma produção anual de maçãs no valor de 136 620 000 €. Trata-se naturalmente de um exemplo utópico que, para além de não ter em conta o investimento, não respeita qualquer tipo de lei de mercado. No entanto, serve apenas para elucidar hipoteticamente o enorme potencial produtivo respeitante ao sector primário do território alentejano.

Foi aliás nesta perspectiva que foi criado o Grande Lago, no sentido de potenciar e alavancar a produção do sector primário no Alentejo, estando na

¹¹ Valor retirado de uma grande superfície comercial nacional relativo à venda da Maçã Golden.

¹² Multinacional brasileira produtora de maçãs.

¹³ O sector primário engloba actividades que extraem recursos directamente da terra sem qualquer tipo de transformação. Estão incluídas neste sector as seguintes actividades: Agricultura, Pecuária, Silvicultura, Apicultura, Extracção Mineira e Pesca.

¹⁴ Como é evidente o mínimo de capacidade de produção de uma árvore de fruto é zero, pretende-se aqui somente exemplificar a capacidade de produção do território alentejano.

¹⁵ Valor fictício utilizado pelo autor para o exemplo em causa.

sua origem o Plano de Rega do Alentejo. Este tema será novamente abordado e desenvolvido adiante dado existirem já trabalhos de vários autores estabelecendo o paralelismo entre o desenvolvimento do Turismo e a aposta na agricultura.

Relativamente à taxa de desemprego, o Alentejo apresenta um valor de 11,3% (INE, 2010) superior à média nacional de 10,5% e à média comunitária de 10% (Eurostat, 2010).

Em termos de economia local é ainda relevante referir que, de acordo com os CENSOS 2001, existem sediadas no Alentejo 10 511 Sociedade em actividade. Importante salientar ainda que a produção do Alentejo provém 15,5% do sector primário, 20,4% do sector secundário¹⁶, e finalmente 64,1% do sector terciário¹⁷. Estes dados são extremamente interessantes na perspectiva deste trabalho, no sentido em que nos permite identificar claramente um abandono da produção de matérias-primas e de produtos que vão abastecer os sectores secundários e terciários, em prol de uma clara aposta no sector terciário. Se analisarmos cuidadosamente os dados referentes às características demográficas da população verificamos que, cada vez mais, é feita uma clara aposta no Turismo no que respeita ao sector terciário.

Esta aposta no Turismo é fácil verificar a partir da crescente oferta de bens turísticos e produtos anexos. Exemplo disso é o elevado investimento do Governo em acessos ao Alentejo e Algarve, incluindo a construção do Aeroporto de Beja que terá custado qualquer coisa como 33 milhões de euros ao Estado¹⁸. Este projecto tem de resto ligação ao Porto de Sines e à Barragem do Alqueva, potenciando a aposta no Turismo de Natureza em particular, e no Ecoturismo em geral, na costa vicentina e na região do interior este alentejano, mais particularmente na Barragem do Alqueva.

Ainda de acordo com o Quadro Comunitário Apoio III, os objectivos estratégicos passam por:

¹⁶ Inclui actividades que transformam matérias-primas em produtos acabados. Estão incluídas no sector secundário a indústria, construção civil, obras públicas e distribuição de água, gás e electricidade.

¹⁷ Engloba tudo o que se relaciona com comércio e serviços. Não se relaciona com a produção de bens. Inclui saúde, educação, banca, seguros, transportes e turismo.

¹⁸ De acordo com o Orçamento de Estado o Governo assegura somente 30% dos custos do investimento sendo os restantes 70% assegurados por fundos comunitários.

- a) promover a integração do território no âmbito da posição geoeconómica do país;
- b) desenvolver e afirmar potencial o económico regional;
- c) melhorar a organização, a funcionalidade e a coesão intra-regional;
- d) criar emprego e qualificar recursos humanos;
- e) reforçar a identidade regional num contexto de mudança através de projectos de dimensão nacional como o já referido Empreendimento de Fins Múltiplos do Alqueva, a Plataforma Portuária de Sines, a estrutura aeroportuária de Beja e o projecto “Alentejo Digital” que, de acordo com a mesma fonte, pretende promover a sociedade da informação na região.

1.6. A Região Interior Este Alentejana¹⁹

A região do interior este alentejano apresenta uma série de particularidades, sendo necessária uma caracterização geográfica, demográfica e social para melhor se entender o enquadramento do turismo de natureza do local.

Vamos limitar a região, para efeito do presente trabalho, aos distritos de Évora e Beja, não fazendo parte desta delimitação os concelhos pertencentes ao litoral alentejano. Será dado especial ênfase aos municípios que são abrangidos pela albufeira do Alqueva.

O interior alentejano é possuidor de um vasto património histórico-cultural, potenciador de criação de vários pólos de atracção turística em todo o seu território. As vilas de Moura, de Mourão e de Monsaraz são povoações especialmente propícias a esse tipo de turismo uma vez que, sendo situadas nas margens da albufeira do Alqueva, são detentoras de uma extensa herança histórica, com vários monumentos entre igrejas e castelos. O Castelo de

¹⁹ Nomenclatura da região não se encontra de acordo com o NUTS.

Mourão e a Fortificação de Monsaraz foram inclusivamente candidatos às 7 maravilhas de Portugal²⁰.

Podemos assim encontrar nos distritos de Évora e Beja os seguintes monumentos²¹ (monumento – município – distrito):

Tabela A – Monumentos nos distritos de Évora e Beja

Castelo de Alandroal - Alandroal – Évora	Igreja de São Francisco - Évora – Évora	Igreja de Nossa Senhora da Assunção - Aljustrel – Beja
Castelo de Arraiolos - Arraiolos – Évora	Templo de Diana - Évora – Évora	Castelo de Noudar - Barrancos – Beja
Capela da Rainha Santa Isabel - Estremoz – Évora	Castelo de Montemor-o-Novo - Montemor-o-Novo – Évora	Castelo de Beja - Beja – Beja
Anta Grande do Zambujeiro do Valverde - Évora – Évora	Anta de Pavia e Anta de São Dinis - Mora - Évora	Ruínas de Pisões - Beja – Beja
Capela dos Ossos - Évora – Évora	Castelo de Mourão - Mourão – Évora	Castelo de Mértola - Mértola – Beja
Catedral de Évora - Évora – Évora	Castelo de Monsaraz - Reguengos de Monsaraz – Évora	Castelo de Serpa - Serpa – Beja
Convento do Espinheiro - Évora – Évora	Castelo de Viana do Alentejo - Viana do Alentejo – Évora	Pontes Romanas de Alfundão e do Rio Brenhas - Ferreira do Alentejo e Mora – Beja
Cromeleque dos Almendres - Évora – Évora	Palácio de Vila Viçosa - Vila Viçosa – Évora	Castelo do Alvito - Alvito – Beja

Marco da riqueza histórica da região é a existência de 24 castelos e mais de 50 monumentos com elevado valor histórico entre os distritos de Évora

²⁰ Iniciativa organizada pelo consórcio composto por Y&R Brands S.A. e Realizar S.A. apoiada pelo Ministério da Cultura.

²¹ Escolhas do autor. Existe uma imensa panóplia de monumentos nos distritos em questão que não foram referenciados merecedores da atenção de turistas e entidades promotoras de turismo na região.

e Beja. Esta temática será abordada posteriormente no trabalho quando forem abordadas as sugestões de investigação e de aproveitamento da riqueza cultural do Alentejo pelos autores.

As características geográficas da região assumem um papel preponderante na perspectiva do Turismo e em particular do Turismo de Natureza.

A região do Interior Alentejano possui um ordenamento territorial marcado essencialmente por latifúndios de grande dimensão e baixo grau de urbanização. O relevo da região caracteriza-se pela grande uniformidade de planícies como algumas saliências de menor dimensão (os conhecidos montes alentejanos) onde se destacam algumas massas montanhosas de menos altitude exceção feita à Serra do Marvão (865 m) e à Serra de São Mamede (1025 m)²².

Relativamente ao clima, de acordo com a classificação de Koppen, a região do interior este alentejano apresenta-se como mesotérmico húmido com a estação seca no verão a atingir temperaturas bastante elevadas em quase todo o território. De acordo com dados do Instituto de Meteorologia de Portugal, a temperatura do ar mais elevada registada em território nacional foi aferida na estação meteorológica da Amareleja (nas margens do Alqueva), chegando os termómetros a registar temperaturas de 47,4º C no dia 1 de Agosto de 2003.

Em termos de evolução, as temperaturas médias têm-se mantido relativamente constantes nos últimos 16 anos, não oscilando muito relativamente aos valores médios registados 1961 e 1990, de acordo com dados do relatório anual de climatologia agrícola de 2008 do Centro Operativo e de tecnologia de Regadio. De acordo com a mesma fonte, verifica-se que a pluviosidade média anual tem vindo a oscilar em períodos de 4 anos tendo atingido o seu valor máximo no ano de 1997.

Uma análise mais cuidada aos resultados referentes ao ano de 2008 obtidos pelas estações meteorológicas de Évora, Beja e Moura (Fonte: Centro

²² Ambas as serras referidas se situam no distrito de Portalegre não devendo ser incluídas na caracterização em causa (distritos de Évora e Beja). No entanto o autor preferiu releva-las no sentido em que fazem parte da típica paisagem do interior alentejano.

Operativo e de Tecnologia de Regadio), podemos obter resultados extremamente úteis numa perspectiva de planeamento estratégico e operacional de médio e longo prazo para as empresas de Turismo e de Turismo de natureza operadoras na região. O facto de se localizar no interior alentejano é propício à ocorrência de elevadas amplitudes térmicas, sendo atingidos os valores de temperatura média do ar mensal mais elevados nos meses de Junho, Julho e Agosto. As temperaturas mais baixas verificam-se nos meses de Novembro, Dezembro e Janeiro sendo possível atingir amplitudes térmicas anuais entre os 15°C e os 20°C. O quadro termopluviométrico abaixo apresenta os valores da precipitação e temperaturas médias mensais de uma série de 40 anos (1955/56 a 1994/95) da estação de Viana do Alentejo (distrito de Beja).

Tabela B – Quadro termopluviométrico de Viana do Alentejo (1955-1995)

Meses	P (mm)	T (°C)
Outubro	66.4	17.0
Novembro	78.3	12.6
Dezembro	94.4	9.9
Janeiro	86.2	9.3
Fevereiro	88.4	10.1
Março	64.6	12.1
Abril	59.3	13.5
Maio	41.3	16.6
Junho	21.3	20.3
Julho	5.9	23.5
Agosto	4.3	23.5
Setembro	30.0	21.3

1.7. Os concelhos circundantes à albufeira

Dada a dimensão da albufeira (cerca de 250 km² estendendo-se por 83 km de comprimento com mais de 1200 km de margem, dependendo do nível das águas), sendo o maior “Lago Artificial” da Europa, abrange vários municípios e aldeias ribeirinhas potenciando um grande desenvolvimento ao

nível do Turismo Histórico e Cultural aliado ao Turismo de Natureza e à prática de desportos em meio natural^{23, 24}. Assim destacaremos neste contexto os concelhos de Alandal, Olivença (Espanha), Cheles (Espanha), Mourão, Reguengos de Monsaraz, Portel e Moura²⁵. Torna-se aqui importante referenciar algumas das principais aldeias ribeirinhas, potenciais pólos de atracção turística naturais. Encontramos assim, nas margens do Alqueva, as aldeias de Juromenha, Ferreira de Capelins, Telheiro, Monsaraz, Campinho, São Marcos, Luz, Monte do Trigo, Estrela, Granja, Amieira, Alqueva, Marmelar, Póvoa de São Miguel, Mina da Orada e Pedrógão.

Não só os concelhos circundantes da Albufeira, mas praticamente toda a região interior este alentejana, é caracterizada pela paisagem de montado (Pinto-Correia & Mascarenhas, 1999). Estes autores descrevem o Montado Alentejano como um sistema agro-pastoral, específico à região do Alentejo, compreendendo uma paisagem aberta preenchida em grande parte por Carvalhos e Sobreiros, entre outras espécies de flora local como Oliveiras ou Amendoeiras. O sistema de Montado tradicional remonta à idade média e consiste na divisão do terreno em 3 partes, cada uma delas com propósito específico: cultivo, pastagem e pousio. O Montado funciona em rotação sendo que o período de aproveitamento das terras para cada função depende sempre da qualidade do solo e do objectivo do montado (Pinto-Correia & Mascarenhas, 1999, citando Picao, 1983 e Balabanian, 1984).

1.7.1. Enquadramento económico

Como já tivemos oportunidade de referir, o Alentejo está a transitar rapidamente dos sectores primários e secundários para o sector terciário, sendo este último actualmente dominante em termos de produção económica (64,1%). O Alentejo é considerado uma região periférica dadas as baixas

²³ Não confundir com desportos de Natureza. Este conceito não se encontra definido na lei mas abrangerá uma serie de modalidades que contribuirão para o Turismo de Natureza e mais concretamente para o Turismo na Barragem do Alqueva.

²⁴ É novamente conveniente referir que uma barragem não pode ser considerada como meio natural. Tratar-se-á de uma criação artificial de um meio natural. No entanto as modalidades praticadas que serão consideradas para efeitos do presente trabalho serão idênticas às praticadas em meio natural.

²⁵ Para efeitos do presente estudo cingir-me-ei aos concelhos em Território Nacional.

acessibilidades por vias-férreas e auto-estradas, embora se verifique um aumento considerável do investimento que tem sido neste âmbito realizado (considere-se, por exemplo, como investimento em acessibilidades os 33 milhões de euros gastos na construção da plataforma aeroportuária de Beja).

Nesta perspectiva, a aposta no Turismo ganha contornos cada vez mais significativos dadas as características naturais e histórico-culturais da região já referenciadas. Dada a baixa densidade populacional, e segundo estudos europeus, a região apresenta elevados níveis de vias-férreas/população acima da média europeia, constituindo este facto um potencial factor de expansão económica.

Relativamente aos principais indicadores económicos, o Alentejo tem revelado dificuldades em acompanhar o crescimento do PIB no espaço comunitário, o que acentua a divergência da região face aos referenciais comunitários. Não se encontram dados referentes à região em estudo (interior este alentejano) uma vez que esta não se encontra definida no NUTS nem em qualquer outro referencial estatístico nacional ou internacional. No entanto, sabemos que, de acordo com dados do INE de 2003, o Alentejo apresenta um PIB na ordem dos 8 479 Milhões de Euros correspondendo a 6,5% do PIB nacional.

Relativamente ao PIB *per capita*, este situa-se nos 10 045€, abaixo da média portuguesa e da média europeia (INE, 2005). Considerando que o PIB é medido em função da produtividade e da taxa de utilização de recursos humanos, tendo ainda em conta os valores referentes à taxa de desemprego de 11,4% em 2005 (INE, 2010), ao crescimento negativo da população à taxa de -0,55%/ano (INE, 2009), à baixa densidade populacional e ao envelhecimento da população, podemos concluir que a disparidade do PIB alentejano se deve mais à quebra da produtividade do que à utilização dos recursos humanos.

De acordo com dados do Quadro Comunitário de Apoio III citando fonte do INE (INE, 2003), encontram-se sediadas no Alentejo 10 511 sociedades comerciais. Em termos de produção, de acordo com a mesma fonte, 15,4%

provem de actividades do sector primário, 20,5% do sector secundário e 64,1% do sector terciário.

Na última década o Alentejo foi alvo de um grande investimento no âmbito do Programa Operacional da Região do Alentejo (POR Alentejo), valor que atingiu os €: 2.053.626.266, referente ao período 2000-2006. O investimento público ascendeu a 1.981 milhões de euros, ao qual se encontra associado um financiamento comunitário de 1 282 milhões de euros. O POR Alentejo tem como objectivos:

- a) Promover a integração do território no âmbito da posição geoeconómica do país através da valorização da logística regional num contexto de articulação inter-regional e transnacional e da potenciação regional dos eixos transnacionais;
- b) Desenvolver e afirmar o potencial económico regional pelo desenvolvimento e diversificação da base económica regional, cada vez mais patente na aposta no crescimento do sector terciário reflectindo uma clara aposta nos serviços e mais especificamente no Turismo. A atracção de investimento e capacidade empresarial e a dinamização da internacionalização da economia regional assumem aqui um papel fundamental. É do conhecimento público o investimento espanhol na zona do Alqueva;
- c) Melhorar a funcionalidade, organização e coesão intra-regional através da consolidação e qualificação do Sistema Urbano Regional e a sua articulação com o meio regional, da promoção da mobilidade regional e do melhoramento das condições de vida e meio ambiente;
- d) Criar emprego e qualificar recursos humanos por consequência de uma clara aposta no sector terciário e no Turismo;
- e) Reforçar a identidade regional num contexto de mudança e de globalização através da inovação e da promoção da sociedade da informação.

A estrutura do POR Alentejo assenta em quatro eixos fundamentais suportados por vários sub-projectos, a saber:

- I. Apoio a investimentos de interesse Municipal e intermunicipal;
- II. Valorização das especificidades territoriais e requalificação urbana;
- III. Desenvolvimento do potencial regional e diversificação da base económica;
- IV. Desenvolvimento integrado da zona do Alqueva.

1.7.2. Enquadramento social

É aqui colocado o mesmo entrave a uma caracterização rigorosa da região interior este alentejano, uma vez que esta não se encontra definida pelo NUTS ou por qualquer outra nomenclatura estatística nacional ou internacional. Consequentemente, os únicos dados existentes são referentes aos Censos 2001 e dados do INE.

De acordo com dados dos Censos de 2001, o Alentejo possui uma população residente de 535 753 habitantes, sendo destes 262 396 homens e 273 357 mulheres. Relativamente a dados referentes a famílias residentes em território alentejano encontramos 202 257 famílias clássicas²⁶, 317 famílias institucionais²⁷ e 304 539 alojamentos familiares clássicos²⁸. Ainda de acordo com a mesma fonte, o Alentejo é a região portuguesa com maior taxa de analfabetismo, situando-se nos 15,9%, bastante superior à taxa nacional de 9% e ao valor percentual de 12,7 da região autónoma da madeira. Ainda assim, regista-se uma diminuição nestes valores relativamente ao levantamento de 1991, onde a taxa de analfabetismo se situava nos 20% (Censos, 1991).

Ainda de acordo com os Censos de 2001, verifica-se que o Alentejo apresenta uma densidade populacional substancialmente mais baixa que os

²⁶ Define-se família clássica como o conjunto de indivíduos que residem no mesmo alojamento e que têm relações de parentesco (de direito ou de facto) entre si, podendo ocupar a totalidade ou parte do alojamento. Considera-se também família clássica qualquer pessoa independente que ocupa uma parte ou a totalidade de uma unidade de alojamento.

²⁷ Define-se família institucional como o conjunto de indivíduos residentes num alojamento colectivo que, independentemente, da relação de parentesco entre si, observam uma disciplina comum, são beneficiários dos objectivos de uma instituição e são governados por uma entidade interior ou exterior ao grupo.

²⁸ Divisão ou conjunto de divisões e seus anexos que, fazendo parte de um edifício clássico, ou seja, com carácter não precário, ou sendo estruturalmente separados daquele, pela forma como foi construída, reconstruída ou reconvertida se destina à habitação permanente de uma família, não estando no momento censitário a servir totalmente para outros fins.

valores nacionais contrastando os 24,35 hab/km² regionais com os 112,34 hab/km² nacionais.

Considerando agora, para efeitos do presente trabalho, somente as regiões definidas no NUTS do Alto Alentejo e Alentejo Central, encontramos, de acordo com dados do INE (Retratos Territoriais, 2004) 4 hospitais oficiais e 3 hospitais particulares nas regiões mencionadas. Podemos ainda encontrar 4,3 médicos por cada milhar de habitantes e 6,6 farmácias por cada 10 000 habitantes. A taxa média de mortalidade infantil no quinquénio 1998/2002 situou-se nos 8,09‰.

Relativamente ao desemprego na região do Alentejo, é notório que este afecta de maneira díspar homens e mulheres, colocando-se a taxa de desemprego dos indivíduos do género masculino perto dos 6% e os indivíduos do género feminino perto dos 13% (Censos, 2001).

Podemos assim sumarizar algumas características recorrentes nas descrições bibliográficas. Apesar dos esforços recentes do poder executivo nacional e dos órgãos comunitários, verifica-se cada vez mais uma maior desertificação das áreas rurais e um índice de envelhecimento da população bastante elevado, com especial expressão no Alto Alentejo e Baixo Alentejo.

Consequentemente, são verificáveis debilidades na capacidade de renovação e na fixação de recursos humanos na região, apesar de ser notório um aumento significativo da população escolarizada e da frequência do ensino superior na região. Ainda assim, a região do Alentejo apresenta a maior taxa de desemprego a nível nacional, com especial expressão na região do Baixo Alentejo, particularmente marcante em populações rurais, com baixo nível de escolaridade e em especial na população feminina.

A elevada taxa de desemprego reflecte ainda o baixo nível de qualificação de recursos humanos na região. É verificável a elevada concentração económica nas capitais de distrito, sobretudo nos municípios de Évora, Beja, Portalegre e Sines.

Apesar da recente aposta no sector terciário, é ainda verificável um certo peso do sector agrícola na economia regional, cuja prosperação depende

fortemente de ajudas estatais e bastante susceptível às condições climáticas. É notória a reduzida expressão do sector secundário e a carência de serviços de apoio às empresas. Nota-se assim uma grande dependência da economia local em relação ao sector público como apoio às indústrias/empresas locais e como principal entidade empregadora.

1.8. Turismo

Existe hoje em dia uma extensa literatura sobre o Turismo e a sua importância na economia nacional e internacional. Internamente é notório o abandono da aposta nos sectores primários e secundários, assumindo-se assim o turismo, dadas as características naturais de Portugal, como solução natural para alavancar a economia tanto através da promoção de emprego e apoio à criação de empresas, como pela oferta de produtos e serviços ligados ao turismo e ao lazer. Mas antes de passarmos à análise da bibliografia existente, é conveniente propor uma definição universal de Turismo.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2011) das Nações Unidas, é definido **turismo** como o conjunto das actividades que as pessoas realizam durante viagens e permanências em locais que não sejam de residência, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios ou qualquer outro objectivo específico. É definido **turista** como o indivíduo que se desloca voluntariamente para um local diferente da sua residência por um período superior a 24 horas.

Estas definições são importantes nomeadamente para fins estatísticos. A Organização Mundial de Turismo (OMT) é uma agência especializada das Nações Unidas e a principal organização internacional no campo do turismo. A OMT desempenha ainda um papel “central e decisivo” no desenvolvimento e promoção do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível. Dando especial atenção aos países em vias de desenvolvimento, faz parte da

missão da OMT, como agência das Nações Unidas, reduzir a pobreza e promover o desenvolvimento sustentável.

Relativamente à definição de turista, núcleo da presente investigação, existem quatro elementos que se devem ter em conta na definição moderna de turismo (Cunha, 2009):

- a) Deslocação;
- b) Residência;
- c) Duração da permanência;
- d) Remuneração.

A primeira definição de “turista” provém do século XVIII, numa época em que era comum que jovens aristocratas ingleses realizassem uma viagem pela Europa por um longo período de tempo para fins educativos. Era denominado o “Gran Tour” e o daí nasce o termo “touriste” introduzido em França pelo escritor francês Stendhal²⁹ no seu romance “Memoires d’un Touriste” publicado em França em 1938 (Figueiredo, S., e Ruschmann, D., 2004).

Nesta primeira definição, o turista era visto como um viajante, sem fins lucrativos, com o simples objectivo de repouso, satisfação pessoal, curiosidade de conhecer novos locais e novas pessoas ou por mero capricho.

Em 1937, a Comissão Económica da Sociedade das Nações sentiu a necessidade de padronizar a definição de turismo com o objectivo de comparar estatísticas a uma escala global. Nasceu assim, a primeira definição universalmente aceite de turista, tendo sido descrito como toda a pessoa que viajasse para um país diferente do da sua residência por um período superior a 24 horas (OMT, 2008). Apesar de algo incompleta, esta definição permitiu que se criassem as primeiras bases estatísticas internacionais sobre turismo. Ainda assim ficou de fora a questão da remuneração. No entanto, em 1950, a União Internacional de Organismos Oficiais de Turismo, que mais tarde se tornaria na Organização Mundial de Turismo, inclui na definição anterior o conceito de

²⁹ Heterónimo de Marie-Henri Beyle.

excursionista, mas só em 1963, na conferência das Nações Unidas sobre viagens internacionais, onde foi adoptada a definição de visitante.

Ficaram assim definidos os seguintes conceitos (OMT, 2008):

- Visitante – toda a pessoa que se desloca a um país diferente daquele onde tem residência fixa, desde que não seja exercida actividade profissional remunerada.
- Turistas – todos os visitantes que permanecem num determinado país por um período superior a 24 horas e cujos motivos da viagem podem ser lazer, negócios, razões familiares, missões e reuniões.
- Excursionistas – visitantes temporários que permanecem no país por menos de 24 horas.

Todas estas definições se encontram incompletas uma vez que contemplam apenas o turismo internacional. Hoje em dia, e sobretudo em tempos de crise como a que se vive actualmente, a aposta no turismo interno surge cada vez mais como um investimento agradável aos olhos dos órgãos governamentais, pois trata-se de um investimento relativamente baixo de promoção das características históricas e naturais do país aos demais habitantes.

Nesta sequência, em 1983, as Nações Unidas acrescentaram às definições já existentes o conceito de Turismo Nacional. Assim, hoje em dia temos as seguintes definições (OMT, 2008):

- Visitante – Individuo que se desloca temporariamente fora do seu local de residência habitual, quer seja no seu próprio país ou num país estrangeiro, com um objectivo específico que não inclua o exercício de uma actividade profissional remunerada.
- Turista – Individuo que se desloca temporariamente fora do seu local de residência habitual, quer seja no seu próprio país ou num país estrangeiro, com um objectivo específico que não inclua o exercício de uma actividade profissional remunerada, por um período superior a 24 horas.

- Excursionista – Indivíduo que se desloca temporariamente fora do seu local de residência habitual, quer seja no seu próprio país ou num país estrangeiro, com um objectivo específico que não inclua o exercício de uma actividade profissional remunerada, por um período inferior a 24 horas.

De acordo com dados da World Travel and Tourism Council (WTTC), em 1999 (WTTC, 2011), o turismo representou 11,7% da economia mundial, 10,9% do consumo mundial, 11,7% do investimento total e 10,5% do emprego global. Estes dados reflectem o impacto que o turismo tem actualmente no mundo.

Na tabela C podemos identificar os países mais visitados por turistas internacionais em 2008.

Tabela C – Países mais visitados em 2008

Países	França	EUA	Espanha	China	Itália
Chegadas de Turistas Internacionais (Milhares)	79,3	58,0	57,3	53,0	42,7

Relativamente a receitas, de acordo com estatísticas da OMT (OMT, 2008), estima-se que, em 2007, o turismo tenha gerado a nível mundial valores na ordem dos 625 Biliões de euros. As tabelas D e E mostram o *ranking* dos países que mais lucram e que mais gastam com o turismo internacional a nível mundial. Para nós é interessante verificar que Espanha, país vizinho que apresenta características em termos de clima e de geografia idênticas a Portugal, se encontra no topo do *ranking* dos países com mais receitas relativamente ao turismo internacional.

Tabela D – Receitas provenientes de Turismo Internacional

Países	Estados Unidos	Espanha	França	Itália	China
Receitas provenientes de Turismo Internacional (Biliões usd)	110,1	61,6	55,6	45,7	40,8

Tabela E – Despesas em Turismo Internacional por país emissor

Países	Alemanha	Estados Unidos	Reino Unido	França	China
Despesas em Turismo Internacional por país emissor (Biliões usd)	91,0	79,7	68,5	43,1	36,2

Nacionalmente, é previsível que em 2015 o Turismo represente mais de 15% do PIB e 15% do emprego nacional (Turismo de Portugal, 2007). As características naturais, beleza da costa marítima, o clima agradável, as belas paisagens, a cultura e a história, os monumentos e os locais históricos, as condições naturais e as excelentes infra-estruturas para a prática de desportos em comunhão com a natureza, aliadas a uma aposta no melhoramento e na qualidade da oferta hoteleira, fazem do Portugal um pólo natural de atracção turística a uma escala global.

Em 2004, Portugal foi 21º no *ranking* de quota de mercado dos destinos turísticos, contabilizando 1,5% do número de turistas recebidos (Turismo de Portugal, 2007), embora para tal tenha contribuído a organização de um grande evento desportivo no início dos meses de verão, o Campeonato Europeu de Futebol.

Ainda assim é importante referir que o valor da receita representa um incremento de 7,7% em relação ao ano anterior. É de resto importante salientar

que no quinquénio 2000/2004 se verificou um crescimento médio anual na receita do turismo na ordem dos 5% (INE, 2005).

Neste panorama é importante perceber as motivações dos consumidores de turismo. Crompton (1979) verificou que, por base, os consumidores de turismo têm como principal motivação a quebra da rotina. Surgiam ainda uma serie de outras motivações de ordem social e psicológica como escape do meio envolvente, descoberta de si, repouso e ainda prestígio. É conveniente aqui ressaltar que, na altura em que os estudos foram realizados, a definição de turismo não é equivalente à actual, como já foi abordado, de maneira que a especificidade destes resultados está inerente a uma definição que está actualmente incorrecta.

Segundo Junior (2004) citando Vaz (1999, p. 41) a questão referente às motivações que levam um indivíduo a viajar pode ser analisada sob três aspectos: fonte motivadora, grau de escolha e natureza da motivação. Segundo o mesmo autor, a fonte motivadora pode ser de origem pessoal, familiar, social ou organizacional (ou profissional). Esta última naturalmente não concorre para a definição actual de turismo.

O grau de escolha pode ser analisado através de uma perspectiva espectral onde num dos extremos está o livre arbítrio e no outro a obrigatoriedade, passando pelos vários níveis possíveis de negociação. Finalmente, a natureza da motivação prende-se com as necessidades e os desejos que originam os motivos.

A mesma fonte citando Maslow (citado por Cooper *et al*, 2007) estabelece uma hierarquia de 5 patamares onde, da base para o topo, se encontram as necessidades fisiológicas, necessidades de segurança, necessidades de amor e pertença, necessidade de estima e auto valorização, e finalmente necessidade de auto actualização ou desenvolvimento de capacidades.

McIntosh, Goeldner e Ritchie (2005) (citados por Cooper *et al*, 2007) utilizam quatro categorias motivacionais:

- Motivadores Físicos – relacionados com descanso do corpo e da mente, questões de saúde, desporto e prazer;
- Motivadores Culturais – relacionados com o desejo de conhecer outras culturas;
- Motivadores interpessoais – relacionam-se com o desejo de conhecer outras pessoas, visitar amigos ou familiares e estabelecer novos laços afectivos;
- Motivadores de “status” ou prestígio – factores como o desejo de dar continuidade à educação, reconhecimento dos pares e elevação do ego.

Existem várias teorias sobre modelos comportamentais do consumidor de turismo e diferentes tipos de abordagem relativamente à compra de produtos de turismo. Muitos dos modelos propostos surgem como consequência de generalizações e de transferências de outras áreas do conhecimento. Disso é exemplo um dos primeiros modelos conceptuais a ser considerado, que foi proposto por Wahab, Crampon e Rothfield, em 1976 (Cooper *et al*, 2007).

Mais recentemente Cooper *et al.* (2007) propõem o seguinte modelo teórico:

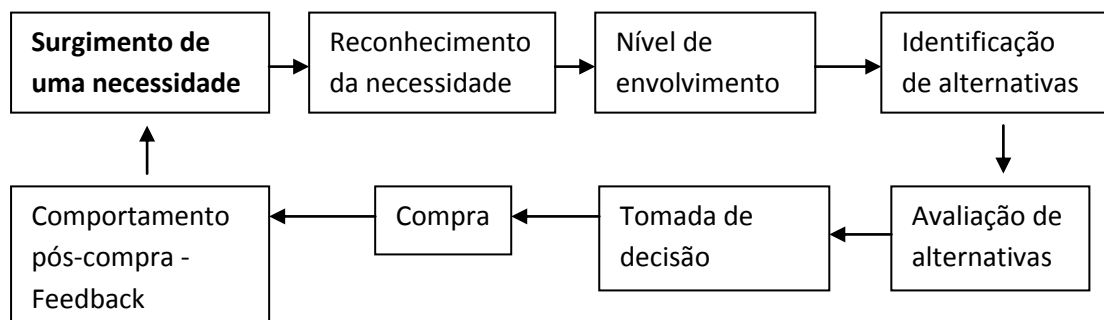


Figura A – Modelo teórico Cooper *et al.* (2001)

Ainda assim o modelo mais completo, que considera todas as especificidades e as motivações do consumidor de turismo anteriormente referidas foi proposto por Schmoll em 1977 (Cooper et al. 2001). De acordo com este, a decisão final do consumidor (isto é, a escolha de um destino

turístico, da época da viagem, do tipo de hospedagem, do tipo de viagem, etc.) é na verdade resultado de um processo distinto que envolve uma diversidade de etapas ou campos sucessivos como está representado a seguir na Figura B.

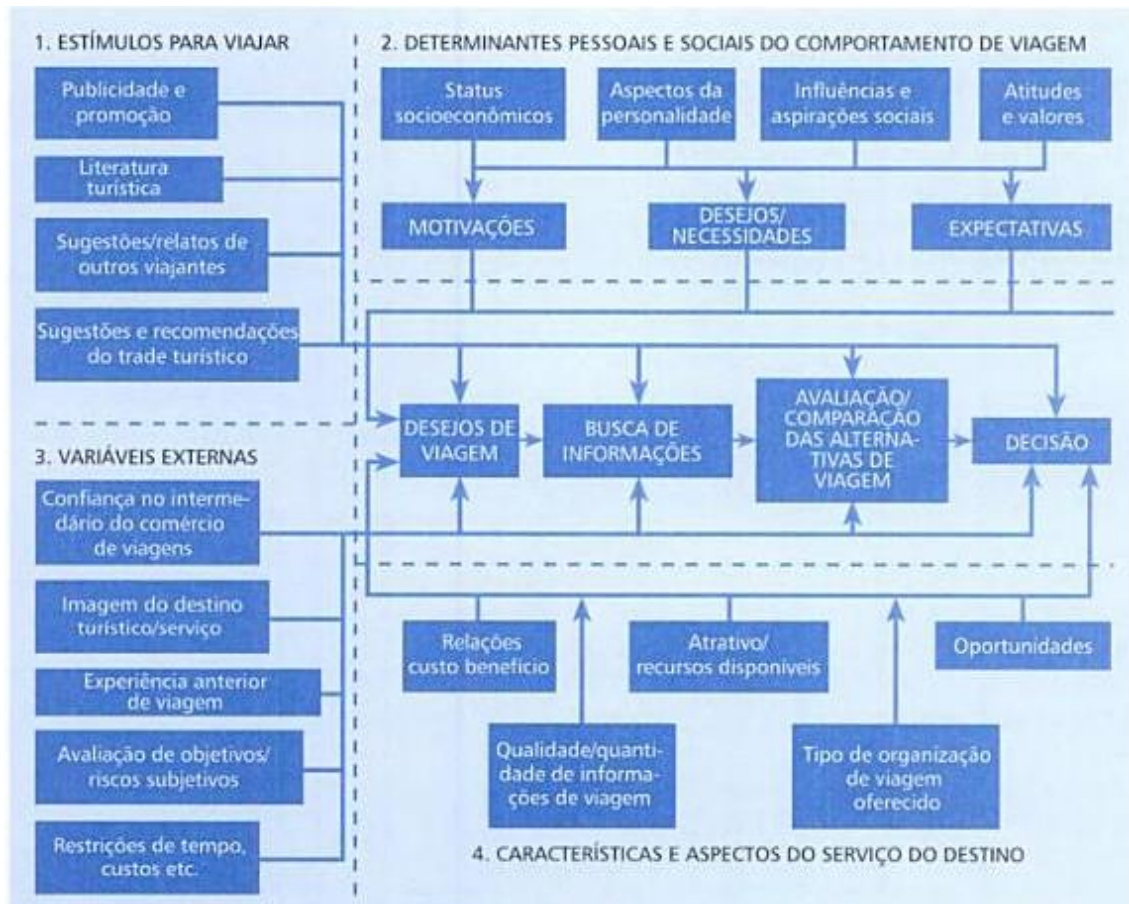


Figura B – Motivações para Viajar (Cooper *et al.* (2001) adaptado de Schmoll, 1977)

Este modelo é talvez mais fiável e válido, uma vez que considera as nuances do consumo de turismo apesar de, à data da sua publicação, ainda não existir um consenso internacional em torno da definição de turismo como já houve oportunidade de referir.

Entretanto surgiram outros modelos teóricos, como os de Mayo & Jarvis (1981), Mathieson & Wall (1982) e mais recentemente, Moscardo *et al.* (1996) (Cooper *et al.*, 2007). Este último inova no sentido em que aborda a perspectiva sócio psicológica na tomada de decisão do consumo de turismo e na escolha do destino turístico (Figura C).

Ainda assim, têm sido criticados os modelos teóricos que abordam os factores da tomada de decisão do consumidor, por uma série de razões (Cooper *et al.*, 2007):

- Demasiado teóricos não se baseando em factos empíricos;
- Estão ultrapassados e não respondem a questões fundamentais de mercado. Não explicam como o mercado reagiria a um choque idêntico aos acontecimentos de 11 de Setembro de 2001;
- Proporcionam uma visão demasiado ocidental não considerando um dos principais mercados emissores de turismo, a China.

No entanto, a investigação em torno da problemática do turismo tem vindo a aumentar, como consequência da crescente importância do sector terciário na economia dos países desenvolvidos.

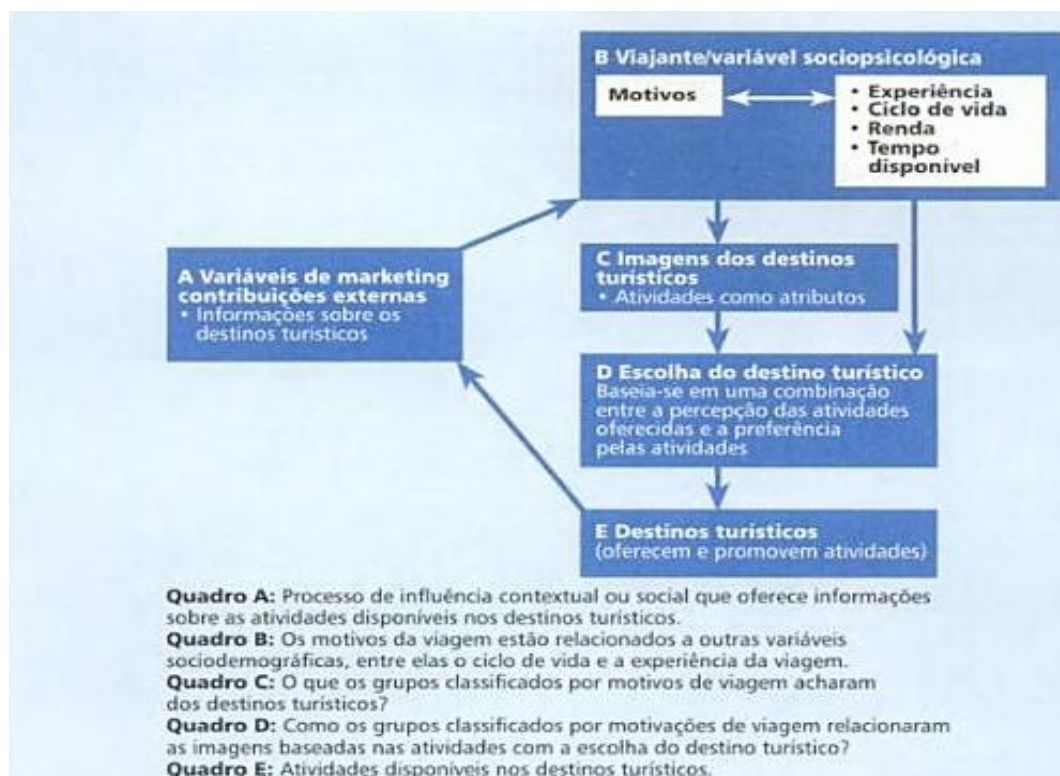


Figura C: Modelo de Moscardo *et al.* (1996) (Cooper *et al.*, 2007)

Para avançarmos é necessário ainda definir uma serie de terminologias para efeitos estatísticos. A OMT tem definido com exactidão os vários tipos de turismo considerados a nível internacional. Podemos assim distinguir (OMT, 2008):

- Turismo Interno – é praticado pelos indivíduos dentro do próprio país de residência.
- Turismo Internacional – é praticado por indivíduos fora do país de residência. Pode ser dividido em dois tipos:
 - *Inbound Tourism* – turismo de importação realizado por indivíduos estrangeiros num determinado país.
 - *Outbound Tourism* – turismo de exportação realizado por indivíduos nacionais num determinado país.
- Turismo Doméstico – todo o turismo praticado dentro de um país (soma do turismo interno e do *inbound tourism*).
- Turismo Nacional – todo o turismo praticado pelos indivíduos de um determinado país (soma do turismo interno e do *outbound tourism*).

Podemos ainda identificar diferentes segmentos de turismo de acordo com a OMT (2000) até 2020, consequência de uma expansão generalizada e de uma dispersão crescente dos consumidores de turismo pelo planeta (Ferreira, 2005).

Nesta perspectiva, vamos ter dez segmentos fundamentais de turismo, a saber:

- Sol e Praia
- Turismo de Desportos
- Turismo de Aventura
- Turismo de Natureza
- Turismo Cultural
- Turismo Urbano
- Turismo Rural
- Turismo de Cruzeiros

- Turismo de Parques Temáticos
- Turismo de Reuniões e Conferências

Neste trabalho será dada especial atenção aos segmentos de Turismo de Natureza, Turismo Rural, Turismo de Desportos, Turismo de Sol e Praia e Turismo de Aventura, todos eles compatíveis com a paisagem e características geográficas da região do Alqueva já descrita no presente trabalho. Dadas as características sócias e culturais da região alentejana, podemos considerar que o Turismo Cultural poderá desempenhar um papel igualmente importante neste contexto, considerando o fluxo turístico a zonas de elevado interesse histórico-cultural. Esta perspectiva será portanto, também abordada na caracterização do Perfil do Consumidor de Turismo na Região.

É assim necessário rever alguns conceitos que podem causar ambiguidade na abordagem ao tema, o que fazemos nos sub capítulos que se seguem.

1.8.1. Ecoturismo

Dada a sua abrangência, a Organização Mundial de Turismo não considera o Ecoturismo como um segmento turístico com personalidade jurídica. A *Ecotourism Society* (EUA) define Ecoturismo como “um turismo praticado em espaços pouco ou nada perturbados pelo homem e que deve contribuir para a protecção da natureza e bem-estar das populações locais” (Burnay, 2000, p. 29). Segundo Cid (2005) citando Neiman & Rabinovici (2002, p. 154), o Ecoturismo é “um segmento que utiliza de forma sustentável o património natural e cultural, incentiva a sua conservação e procura a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas”.

Ainda há argumentos no sentido de que o Ecoturismo poderá contribuir para a conservação da natureza de modo eficaz e gratificante, se estiver

suportado por certificações ecológicas das empresas envolvidas e pela formação de profissionais qualificados (Costa, 2002, p. 179 citado por Cid, 2005).

Burnay (2000) citando Ceballos-Lascurain (1991) argumenta que o ecoturismo se trata de um tipo de “ecodesenvolvimento” que contribui para o aumento do bem-estar social e económico de todos os países. De acordo com a mesma fonte, o potencial do ecoturismo assenta em fazer o transfere para o Turismo de Natureza, Turismo Rural e outras formas de turismo sustentável.

É também possível vislumbrarmos algumas incongruências em determinadas definições que entram em conflito com a realidade. Mais uma vez considerando uma zona de albufeira de uma barragem uma zona natural-artificial, as práticas de Turismo Rural e de Turismo de Natureza em zonas ribeirinhas não estão englobados como formas de Ecoturismo de acordo com a definição da *Ecotourism Society*. Argumenta-se que uma barragem se trata de uma invasão deliberada do Homem em territórios naturais inalterados, comportando a alteração de ecossistemas e da morfologia da própria paisagem³⁰. Ainda assim, do ponto de vista económico, da produção e energia e afins³¹, uma barragem é encarada como uma forma de desenvolvimento sustentável.

1.8.2. Turismo de Natureza

O Turismo de Natureza, como já foi abordado, trata-se de uma forma de Ecoturismo e de turismo sustentável, que foi criado pela Resolução do Conselho de Ministros nº112/98 de 25 de Agosto, especificamente para as Áreas Protegidas, embora seja desenvolvido em todo o território nacional, em

³⁰ A introdução de uma barragem comporta alterações profundas nas paisagens e nos ecossistemas não só a montante, com a criação de uma albufeira, como a jusante com a alteração do curso, do nível e da temperatura da água. Estas alterações têm consequências profundas no ciclo de vida e de reprodução de várias formas de vida.

³¹ Armazenamento de água para sistemas de rega, abastecimento de águas residuais entre outros já referidos no ponto 3.1 Barragem.

loais que se adaptem às suas características, enquanto produto turístico e de desenvolvimento local.

Actualmente, a legislação portuguesa contempla 5 categorias de Áreas protegidas (ICN, 1993):

- a) Parque Nacional – uma área contendo um ou vários ecossistemas inalterados ou pouco alterados pela intervenção humana, integrando amostras representativas de regiões naturais características, de paisagens naturais ou humanizadas, de espécies vegetais e animais, de locais geomorfológicos ou de habitats de espécies com interesse ecológico, científico ou educacional. Em Portugal existe apenas uma área protegida com a classificação de Parque Nacional, o Parque Nacional Peneda-Gerês, criado em 1971.
- b) Parque Natural – é uma área que se caracteriza por conter paisagens naturais, semi-naturais e humanizadas, de interesse nacional, sendo exemplo de integração harmoniosa da actividade humana e da Natureza e que apresenta amostras de um bioma ou região natural. Existem hoje em dia treze Parques Naturais em Portugal.
- c) Reserva Natural – trata-se de uma área destinada à protecção da flora e da fauna. Destinam-se a manter os processos naturais em estado imperturbável.
- d) Paisagens Protegidas – Existe alguma ambiguidade em torno da legislação concernente a paisagens protegidas. De acordo com o Decreto-Lei 613/76 de 27 de Julho, corresponde Paisagem Protegida ao que por vezes se tem designado por reserva de paisagem; com efeito, propõe-se salvaguardar áreas rurais ou urbanas onde subsistem aspectos característicos na cultura e hábitos dos povos, bem como nas construções e na concepção dos espaços, promovendo-se a continuação de determinadas actividades (agricultura, pastoreio, artesanato, etc.), apoiadas num recreio controlado e orientado para a promoção social, cultural e económica das populações residentes e em que estas participam activa e conscientemente. Esta Legislação foi responsável pela criação de 2 zonas de paisagem protegida de âmbito nacional geridas pelo ICN. O

Decreto-Lei nº 19/93 de 23 de Janeiro, veio introduzir o interesse regional e local à legislação existente definindo Paisagem Protegida como uma área com paisagens naturais, semi-naturais e humanizadas, de interesse regional ou local, resultantes da interacção harmoniosa do homem e da Natureza que evidencia grande valor estético ou natural. Esta legislação foi responsável pela criação de quatro zonas de paisagem natural geridas pelos respectivos municípios.

- e) Monumento Natural – traduz-se como uma ocorrência natural contendo um ou mais aspectos que, pela sua singularidade, raridade ou representatividade em termos ecológicos, estéticos, científicos e culturais, exigem a sua conservação e a manutenção da sua integridade. Existem em Portugal cinco monumentos naturais.

O Turismo de Natureza criado pela resolução do conselho de ministros nº 112/98 assenta o seu desenvolvimento em 4 vectores estratégicos (Burnay, 2000):

- 1) Conservação da natureza;
- 2) Desenvolvimento local;
- 3) Diversificação da oferta turística;
- 4) Qualidade da oferta turística.

Por sua vez, este crescimento sustentado é promovido através de (Burnay, 2000):

- Oferta de alojamento, animação ambiental, sensibilização e educação ambiental;
- Apoio à criação de micro e pequenas empresas de restauração e animação turística e promoção dos produtos de base local;
- Apoio à utilização e reutilização de património local;
- Divulgação de manifestações tradicionais e etnográficas e aproveitamento de estruturas museológicas e sítios culturais;

- Utilização ordenada e sustentável de recursos naturais para a prática de actividades relacionadas com natureza *soft* e natureza *hard*.

Definimos assim, Turismo de Natureza, de acordo com a legislação em vigor³², como a prática integrada de actividades diversificadas, que vão desde o usufruto da natureza através de um passeio à prática de caminhadas, escalada, espeleologia, orientação, passeios de bicicleta ou a cavalo, actividades subaquáticas, entre outras, ao contacto com o ambiente rural e culturas locais, através da sua gastronomia e manifestações etnográficas, rotas temáticas, nomeadamente históricas, arqueológicas e ou gastronómicas, e a estada em casa tradicionais.

Hoje em dia, dada a sua crescente importância, o sector do Turismo de Natureza tem já um mercado perfeitamente definido, sendo cada vez maior a procura nacional e internacional de produtos turísticos relacionados com actividades na natureza. Podemos assim, identificar dois segmentos de mercado distintos relativos ao Turismo de Natureza (Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008):

- Natureza *Soft* – cujas experiências se baseiam na prática de actividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc.), representando cerca de 80% do total de viagens de Natureza.
- Natureza *Hard* – que se prende com a prática de desportos na Natureza (rafting, kayaking, hiking, climbing, etc.) e/ou de actividades que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento (*birdwatching*). Representa cerca de 20% do total de viagens de Natureza³³.

Já existe bastante investigação no campo do Turismo de Natureza e modelos teóricos em torno do perfil do consumidor de ambos os segmentos de Turismo de Natureza. De acordo com dados retirados de um trabalho realizado pelo Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal da Câmara

³² Resolução do Conselho de Ministros nº 112/98 de 25 de Agosto.

³³ Dados retirados de um estudo realizado por THR (asesores en Turismo Hotelaría y Recreación, S.A.) para o Turismo de Portugal.

de Comércio e Indústria (2008) o perfil sócio-demográfico e os hábitos de consumo dos consumidores de Natureza *Soft* e de Natureza *Hard* diferem em vários pontos (Figura D).

Âmbito	Consumidores de Natureza Soft	Consumidores de Natureza Hard
	Quem são?	
Perfil sócio-demográfico	<ul style="list-style-type: none"> - Famílias com filhos - Casais - Reformados 	<ul style="list-style-type: none"> - Jovens entre 20 e 35 anos - Estudantes e profissionais liberais - Praticantes/aficionados de desportos ou actividades de interesse geral
	Que actividades realizam?	
Hábitos de consumo	<ul style="list-style-type: none"> - Descansar e desligar no meio rural - Caminhar e descobrir novas paisagens - Visitar atractivos interessantes - Fotografia 	<ul style="list-style-type: none"> - Praticar desportos ou actividades de interesse especial - Aprofundar o conhecimento da Natureza - Educação ambiental

Figura D – Perfil do Consumidor de Natureza Soft/Hard (Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008)

Já relativamente às características inerentes ao consumo do produto turístico, são verificáveis diferenças significativas nos perfis dos consumidores. Por norma, os consumidores de Natureza *Soft* procuram pequenos hotéis de 3 ou 4 estrelas, enquanto os consumidores de Natureza *Hard* preferem pernoitar em alojamentos integrados na natureza (casas de campo, parques de campismo, etc.), refúgios de montanha e instalações de “*bed & breakfast*”. Tal pode ser encarado como um reflexo do perfil sócio-demográfico ilustrado na Figura D. É sabido igualmente, que os consumidores de Natureza *Soft* procuram produtos turísticos na época de verão, por norma no período de férias, viajando por norma em família, embora não seja raro encontrarem-se grupos de amigos, ao contrário dos consumidores de Natureza *Hard* que, regra geral, procuram estes produtos turísticos 4 a 5 vezes por ano concentradas no período de primavera e verão (Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008).

1.8.2.1. Desportos de Natureza

De acordo com a legislação em vigor³⁴ e com o descrito no artigo 2º da Carta Europeia do Desporto, podemos considerar Desporto de Natureza aquele cuja prática aproxima o homem da natureza de uma forma saudável e que seja enquadrável na gestão de áreas protegidas e numa política de desenvolvimento sustentável.

Nesta perspectiva, o Instituto do Desporto de Portugal (IDP) considera as seguintes actividades como Desporto de Natureza (Tabela F):

Tabela F – Desportos de Natureza (IDP, 1999)

Pedestrianismo	Montanhismo	Orientação	Escalada
Rapel	Espeleologia	Balonismo	Parapente
Asa Delta ³⁵	Bicicleta todo terreno	Hipismo	Canoagem
Remo	Vela	Surf	Wind Surf
Mergulho	Rafting	Hidrospeed	

Apenas algumas considerações relativamente às actividades consideradas como desporto de Natureza. Para efeito do presente trabalho consideraremos, não as actividades de Desporto de Natureza consignadas na legislação e homologadas pelo IDP, mas sim as actividades desportivas em zona de paisagem natural. Esta abordagem permite abrir espaço a actividades como a pesca desportiva ou os passeios em mota de água, uma vez que se pretende aferir em que medida todas as actividades ligadas ao turismo de natureza alavancam a economia local e moldam o perfil do consumidor na região.

Cremos, igualmente, que existem variantes da pesca desportiva que encaixam no conceito de Desporto de Natureza. O “*catch and release*” é um modo não prejudicial para o ecossistema de praticar a modalidade sendo o peixe devolvido ao seu habitat depois de capturado. Esta modalidade vem

³⁴ Alínea I), do artigo 2º de epígrafe “definições”, do decreto regulamentar nº 18/99 de 27 de Agosto, alterado pelo decreto regulamentar nº 17/2003 de 10 de Outubro sobre “Programa Desporto de Natureza em Áreas Protegidas”.

³⁵ Sem motor

sendo regra nos torneios homologados pelas entidades oficiais como é o caso do famoso “Clássico do Alqueva”, prova internacional que anualmente atrai os melhores pescadores mundiais à região, assim como uma grande quantidade de aficionados para assistir à competição. Existem ainda algumas incongruências nas escolhas dos desportos de natureza, uma vez que o mergulho é um meio extremamente intrusivo de visita aos habitats naturais de várias formas de vida.

1.8.3. Turismo Desportivo

Teremos que recuar até aos Jogos Olímpicos da Antiguidade para encontrarmos as primeiras referências ao turismo desportivo, onde os vários povos se deslocavam a Olimpo para assistir às competições (Pereira e Carvalho, 2004).

Hoje em dia o paradigma mudou. Segundo Pereira e Carvalho (2004), a ligação entre o desporto e o turismo baseia-se em 3 pontos fundamentais: a prática, as pessoas e o local. De acordo com as já abordadas definições de Desporto e Turismo, integradas na conceptualização de Pereira e Carvalho (2004), entende-se que o desporto, a vivência desportiva ou a prática desportiva, como propósito da viagem ou não, estarão ligados à viagem em si.

Segundo Weed & Bull (2004) e Weed (2008), encontramos dois tipos de turistas desportivos: os que viajam com o objectivo de se envolverem em práticas desportivas (quer como praticantes quer como espectadores); e os que se encontram envolvidos em práticas desportivas como consequência da viagem.

Pereira e Carvalho (2004) estabelecem um modelo integrado, identificando duas vertentes:

- A. Vertente eminentemente turística – onde o factor que desencadeia a relação entre desporto e turista é a viagem. Neste contexto o turismo

Tese de Mestrado em Gestão do Desporto – Organizações Desportivas
O Perfil do Consumidor de Turismo de Natureza no Maior Lago Artificial da Europa
estabelece a afinidade entre consumidor e desporto sendo esta essencialmente centrada na óptica do lazer.

- a. Turismo Activo/Desporto Integrador – os turistas seleccionam o destino não só pelas características adjacentes, mas também pela oferta desportiva diversificada e pela possibilidade de prática de várias modalidades. Neste contexto, é valorizada toda a experiencia de férias (desporto e factores inerentes ao destino), sendo característica comum aos consumidores a preferência por programas especiais com uma oferta abrangente.
 - b. Turismo Passivo e Complementar – o envolvimento com prática desportiva acontece como consequência da viagem, não sendo factor de diferenciação na selecção do destino.
- B. Vertente eminentemente desportiva – onde a envolvimento com o desporto desencadeia a viagem. Neste contexto, o desporto estabelece a afinidade entre consumidor e turismo onde este surge como suporte às actividades
- a. Desporto Turístico/Desporto Condicionador – A selecção do destino é feita com base nas características potenciadoras de prática desportiva. Fazem parte deste segmento praticantes de desportos de natureza, que devido às condições específicas da modalidade são obrigados a viajar para desenvolver a sua prática, por norma, numa óptica de lazer. Podemos subdividir este segmento em diferentes grupos de acordo com a modalidade praticada (exemplos, turismo de golfe, turismo de pesca desportiva, etc.)
 - b. Estágios Desportivos – Atletas individuais ou equipas, profissionais ou amadoras, viajam para um destino de modo a desfrutar das melhores condições possíveis para o desenvolvimento da prática desportiva numa perspectiva de competição.
 - c. Eventos Desportivos – Engloba quer competições desportivas quer espectáculos desportivos, abrangendo tanto os

desportistas, como os espectadores que se deslocam devido ao evento. Temos assim:

- i. Desportistas – Viajam com o objectivo de competir.
- ii. Espectadores – Viajam com o objectivo de assistir ao espectáculo desportivo.

1.8.4. Turismo de Aventura

Vários autores têm contemplado o Turismo de Aventura como uma tipologia de Turismo Desportivo (Hudson, 2003; Sung, 2004; Weber, 2001; Weed, 2008). No entanto, de acordo com a OMT, Turismo Desportivo e Turismo de Aventura devem ser considerados como dois segmentos de Turismo independentes.

É ainda perceptível a discrepância nas definições entre vários trabalhos de investigação de diferentes autores, e ainda entre as definições da OMT. Através de uma análise documental cuidada verificamos que cada autor conceptualiza, através de investigação anterior e de acordo com a sua visão pessoal, um modelo próprio, analisando os dados de acordo com a sua concepção de Turismo, segmento turístico e turista.

A grande maioria dos estudos sugere a componente de recreação e aventura como parte integral do Turismo de Aventura (Christiansen, 1990; Sung, 2004; Weber, 2001). A recreação e o risco em ambiente mais ou menos controlado são denominadores comuns à maioria da investigação em viagens de aventura (Ewert, 1994; Promfet, 2010; Sung, 2004). No entanto, Promfet (2010) propõe um modelo espectral de análise do consumidor de Turismo de Aventura, baseado num “*continuum Hard-Soft*” de risco, tendo em consideração factores como desafio, incerteza, capacidades pessoais, intensidade, duração e percepção de controlo. Esta visão está de acordo com os trabalhos de Ewert (1985 e 1994), onde o autor argumenta que as

actividades de aventura incorporam a procura deliberada de risco e de incerteza, aliada a uma experiência de recreação.

No entanto, também Ewert (1989) nos oferece uma perspectiva diferente do Turismo de Aventura, sugerindo a componente de aventura como um subproduto da experiência. Segundo o mesmo autor, a verdadeira motivação dos Turistas está no desafio de ultrapassar obstáculos e determinar onde estão os limites do indivíduo. Já de acordo com Sung, Morrison e O’Leary (1997) a viagem de aventura incorpora um propósito específico de participação de actividades de modo a ser explorada uma nova experiência, envolvendo frequentemente um risco percebido ou um perigo controlado, associada a desafios pessoais, em ambientes naturais ou exóticos.

De facto, a tendência de se associar o segmento de Turismo de Aventura ao Turismo de Natureza (Sung, 2004) e até mesmo ao Turismo Desportivo (Pomfret, 2010) nas suas concepções jurídicas definidas pela OMT é recorrente, mas não necessariamente correcta em toda a sua extensão. Para tal vejamos a definição recorrente utilizada:

- Turista - Indivíduo que se desloca temporariamente fora do seu local de residência habitual, quer seja no seu próprio país ou num país estrangeiro, com um objectivo específico que não inclua o exercício de uma actividade profissional remunerada, por um período superior a 24 horas.

Nesta definição temos incorporado a componente temporal, migratória e laboral. Esta definição é transversal à maioria dos trabalhos de investigação na medida em que na sua conceptualização, a grande maioria dos autores concorda com a definição de turista apresentada pela OMT.

É igualmente compreensível a naturalidade com que se alia o Turismo de Aventura ao Turismo Desportivo na perspectiva do praticante (Weed, 2009), uma vez que, de acordo com a bibliografia recorrente, encontramos no universo do Turismo Desportivo a vertente do “turista-praticante” e a vertente do “turista-espectador” (Weed e Bull, 2004; Hinch e Higham, 2003; Lockstone e Baum, 2008). Este paradoxo será abordado adiante.

No entanto, não é fácil distinguir onde se encontra o limite entre o desporto e a aventura em actividades desportivas cujas exigências ao nível do perigo controlado e do risco são mais elevadas, sendo que a maioria da bibliografia falha neste ponto, evitando fazer distinções ou limitando-se a tratar cada um dos segmentos como único e ignorando que a mesma actividade pode cair igualmente noutra definição universalmente aceite.

Vejamos o exemplo do montanhismo.

Como já foi referido, internamente, o IDP, e para efeito do presente trabalho, o Montanhismo é considerado como um Desporto de Natureza, como tal inserido no segmento de Turismo de Natureza e de Turismo Desportivo. No entanto, Pomfret (2010) aborda o Montanhismo numa perspectiva de Turismo de Aventura, não abordando a vertente desportiva da actividade mas fazendo uma pequena ligação à vertente de Natureza.

Vejamos o caso do *Parkour*, um desporto que tem tido um crescimento recente bastante considerável nomeadamente entre os jovens de centros urbanos. Podemos considerar que os fluxos migratórios gerados por jovens que viajam para outras localidades em busca de novos desafios pessoais, se integram no segmento de Turismo de Aventura de acordo com as definições de Sung *et al.* (1997) e de Weber (2001). No entanto, não será menos verdade se afirmarmos que os mesmos fluxos migratórios poderão ser igualmente contabilizados por estudos relativos a Turismo Desportivo.

1.8.5. Turismo Rural

O Turismo Rural surge hoje como uma alternativa às mais tradicionais formas de Turismo, em grande parte devido a um aumento da consciência ambiental das massas, em particular nos países desenvolvidos (Ferrari, Jiménez & Vargas, 2010). No final do século XX, este segmento turístico registou um crescimento de 52% enfrentando hoje em dia o desafio de se estabelecer como uma indústria lucrativa e ambientalmente sustentável,

considerando a alta dependência a que esta forma de Turismo está sujeita dos recursos naturais (Ferrari, Jiménez & Vargas, 2010; Todorovic & Bjeljic, 2009).

Dada a multi-dimensionalidade do conceito, não é fácil encontrar uma definição de Turismo Rural. A definição mais abrangente e talvez com maior carga de ambiguidade caracteriza o Turismo Rural como Turismo que tem lugar no campo (Lane, 1994). Há autores que definem Turismo Rural como o segmento baseado num estilo de vida rural, cujas principais actividades incluem desportos aquáticos, passeios pela natureza, visitas a Parques Nacionais e passeios por zonas rurais (Gal *et al.*, 2010). Esta definição pode levar-nos para uma zona de conflito em termos de modelo conceptual considerando as actividades que podem ser igualmente ligadas ao Turismo Desportivo, Turismo de Aventura e Turismo de Natureza.

Este é de resto um hiato comum à bibliografia recorrente. Todorovic & Bjeljic (2009) citando Kushen (1995) englobam 19 subsegmentos de Turismo como parte integrante do Turismo Rural, entre elas Turismo de Aventura, Turismo Desportivo, Turismo de Pesca, Turismo de Caça, Ecoturismo e Turismo de Saúde. É de facto possível, em termos teóricos englobar uma série de subsegmentos ou até actividades, num só segmento Turístico. Esta abordagem é, no entanto, extremamente redutora, uma vez que acaba por ignorar as verdadeiras motivações do Turista e do praticante de uma determinada actividade (Ewert, 1985).

É fácil aliarmos Turismo de Natureza ao Turismo Rural ou estabelecer uma relação entre uma actividade Rural e o Turismo de Natureza. É igualmente ambíguo o campo dos desportos de natureza. Devemos considerar os seus praticantes como consumidores de Turismo de Natureza, Turismo Rural, Turismo Desportivo ou Turismo de Aventura.

De facto podemos concluir que o que distingue as actividades de aventura das demais é o “risco” (Sung, 2004) mas não poderá uma prova de Parapente ser igualmente considerada como Turismo Desportivo, uma vez que a actividade cumpre integralmente os requisitos dispostos na Carta Europeia do Desporto? O mesmo raciocínio pode ser aplicado às actividades descritas por Todorovic & Bjeljic (2009).

Consideremos hipoteticamente dois amigos que vão passar um fim-de-semana a uma aldeia perto de um Rio, onde vão praticar a sua modalidade favorita, Pesca Desportiva na sua vertente “*Catch and Realese*”. Sem mais dados, o observador poderá concluir igualmente correcto que os dois amigos escolheram o local para passar o fim-de-semana pois as suas principais motivações são estar em contacto com a Natureza. O observador concluirá assim do mesmo modo que os amigos estão a praticar Turismo Rural ou Turismo de Natureza. No entanto estão a praticar uma modalidade desportiva. Se a sua principal motivação for competir um com outro? Entramos agora no campo do Turismo Desportivo e descobrimos um novo potencial de mercado para toda a oferta turística destinada anteriormente exclusivamente ao Turismo Rural e ao Turismo de Natureza.

Este raciocínio é válido para todos os segmentos turísticos. Segundo Bramwell (1994), o contacto com as populações locais e com a vida no campo é uma motivação característica do consumidor de Turismo Rural. No entanto, verificamos a existência desta componente social Turista Desportivo Espectador, especialmente em grandes eventos desportivos como Jogos Olímpicos (Carvalho & Gaio, 2006; Lockstone & Baum, 2008), diferindo apenas o espaço onde é desenvolvida a actividade (a maioria dos eventos olímpicos são realizados em espaço urbano, nomeadamente os Jogos Olímpicos de Verão). No entanto, provamos assim que podemos estabelecer paralelismos interessantes através da análise das actividades, das motivações e do grau de ligação do indivíduo com cada uma delas.

Segundo Molera & Albaladejo (2007), indivíduos consumidores de produtos turísticos associados ao segmento de Turismo Rural são geralmente jovens ou indivíduos de meia-idade, com um nível médio/superior de instrução, e pertencentes a categorias profissionais médias ou elevadas. As suas principais motivações prendem-se com o contacto com a Natureza, a sensação de espaço e de liberdade, a necessidade de paz e tranquilidade, a procura de autenticidade e de tradição, entre outras. Aqui, mais uma vez, a linha entre Turismo de Natureza e Turismo Rural é demasiado ténue, uma vez que não

associa as motivações descritas a qualquer um dos segmentos turísticos. Daí a importância do modelo de análise das actividades proposto adiante.

1.9. Impactos do Turismo

Segundo Ferreira (2005), podemos verificar a existência de três tipos de impactos do Turismo:

a) Ambientais

i. Positivos

Criação de planos e programas de preservação de áreas naturais; atracção de investimento na área da protecção da natureza; convívio directo com a natureza.

ii. Negativos

Criação e aumento gradual da poluição sonora e visual; aumento da erosão do solo e da poluição da água e do ar; destruição de paisagem natural e de área “agro pastoril”; destruição de fauna e flora, e degradação da paisagem assim como dos sítios históricos e dos monumentos.

b) Económicos

i. Positivos

Aumento do rendimento dos habitantes; criação de empregos, atracção de investimento exterior e modificação positiva da estrutura económica; industrialização básica da economia regional e aumento da contribuição do sector terciário para a economia local.

ii. Negativos

Custo de oportunidade e dependência excessiva do turismo que pode conduzir a uma modificação negativa da estrutura económica; inflação e especulação imobiliária; sazonalidade da procura turística.

c) Socioculturais

i. Positivos

Modificação positiva da estrutura social; aumento dos níveis culturais e profissionais da população; valorização do artesanato e da herança cultural; valorização e preservação do património histórico.

ii. Negativos

Alterações na moralidade e aumento do crime e da prostituição; descaracterização do artesanato local e vulgarização das actividades culturais; arrogância cultural e destruição de património histórico.

O Turismo tem-se revelado em muitas regiões do globo como um motor importante de desenvolvimento económico (Ferreira, 2005). Desta forma, será necessária uma análise prévia e cuidada destes três vectores em cada situação de investimentos em empreendimentos de oferta turística. Um planeamento cuidado e uma análise orientada destes factores é a chave para minimizar os impactos negativos e maximizar os impactos positivos do Turismo de modo sustentável numa região (Ferreira, 2005).

No presente trabalho será dada especial atenção ao impacto económico do Turismo de Natureza através da caracterização do perfil do consumidor de Turismo de Natureza em zona de barragem. No entanto, existem várias outras hipóteses de estudos de impactos económicos. De acordo com Stynes podemos encontrar sete tipos de análises económicas do Turismo numa região:

- Análise de impacto económico – afere os gastos relacionados com actividades de turismo numa região no sentido de identificar as variações causadas nas vendas, impostos e criação de emprego.
- Análise de impacto fiscal – pretende identificar a procura de serviços fornecidos pelo estado e calcular a despesa e o retorno da oferta turística da administração local.
- Análise financeira – determina se um negócio é capaz de gerar retorno suficiente para cobrir o investimento e as despesas correntes e ainda criar lucro. Regra geral trata-se de análise a curto-prazo do capital de

start-up's assim como análise a longo-prazo da dívida, custos operacionais e ganhos.

- Análise da procura – estima o número e as características dos visitantes de uma determinada região através da estimação, previsão e do uso de modelos de procura.
- Análise de custo benefício (C/B) – calcula a eficiência económica de políticas alternativas comparando os benefícios e os custos não só aquando do investimento mas prolongados no tempo. Inclui valores monetários e não monetários.
- Estudo de viabilidade – determina a viabilidade de acções políticas, físicas, sociais e económicas. O aspecto económico de um estudo de viabilidade é normalmente assegurado por uma análise financeira que determina previamente a viabilidade financeira do projecto e por uma análise do mercado e da procura.
- Avaliação de Impacto Ambiental – estuda os impactos de um projecto no ambiente, focando aspectos relacionados com mudanças nos sistemas sociais, económicos, culturais, físicos, biológicos e ecológicos.

Ainda de acordo com Stynes, um estudo de impacto económico do turismo numa região deve responder a uma série de questões fundamentais de modo a determinar as reais contribuições do turismo na economia local. Assim um estudo de impacto económico deve procurar responder às seguintes questões:

- i. Quanto gastam os turistas numa região?
- ii. Qual a fracção das vendas de negócios locais se devem ao turismo?
- iii. Que o retorno é gerado pelo turismo para os agregados familiares e para os negócios locais numa determinada região?
- iv. Quantos empregos são gerados e suportados pelo turismo?
- v. Qual a quantidade de imposto é gerado para o estado pelo turismo?

No caso do presente trabalho será feita uma análise do perfil do consumidor no sentido de se calcular os gastos em bens e serviços directamente relacionados com a actividade turística.

Numa economia que cada vez mais assenta no sector terciário é importante entender de que modo o turismo contribui para a riqueza de um país. A Figura E ilustra os efeitos directos e indirectos do Turismo numa economia. A compreensão deste modelo permite maximizar as trocas e alavancar a economia local e nacional através do Turismo.

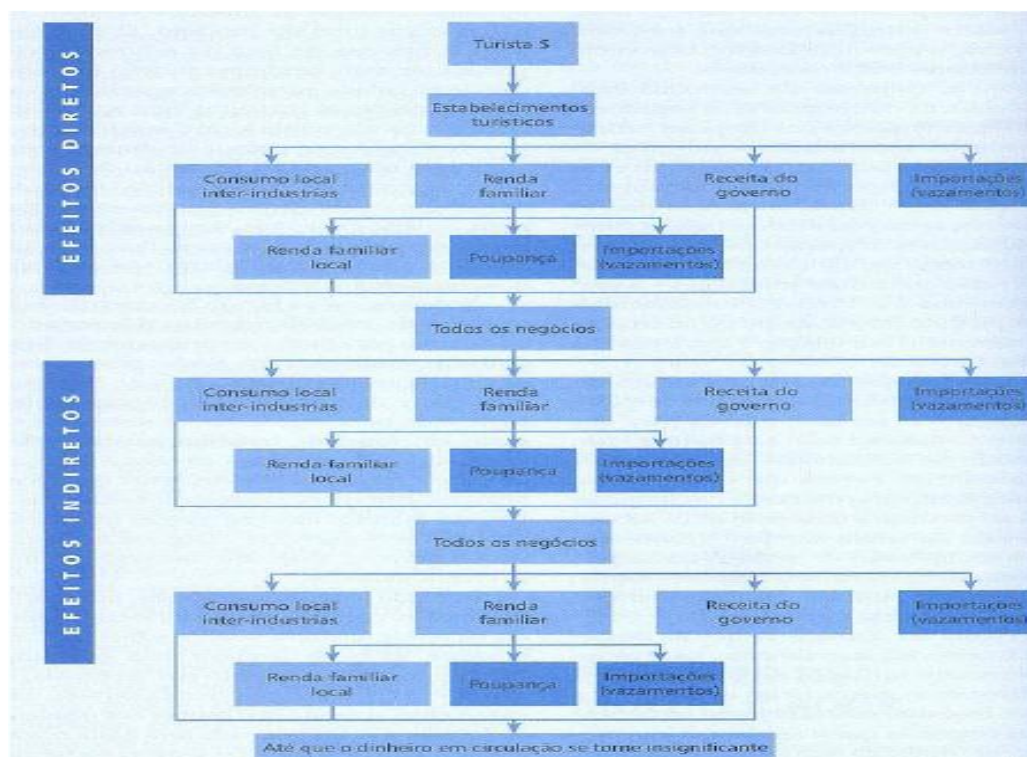


Figura E – Efeitos Directos e Indirectos no Turismo (Cooper et al, 2007)

1.10. Impacto Económico do Turismo de Natureza

Hoje em dia, o Turismo de Natureza produz alterações na economia a uma escala global e encontra-se em crescimento desde 1997 (Figura F),

evoluindo a uma taxa anual de 7% nos últimos anos. Em 2004, o turismo de natureza representou 9% do total das viagens de lazer realizadas por europeus, um valor que representa cerca de 22 milhões de viagens (AEP, 2008). Estima-se que em 2015 as viagens de Turismo de Natureza na Europa atinjam os 43,3 Milhões de viagens.

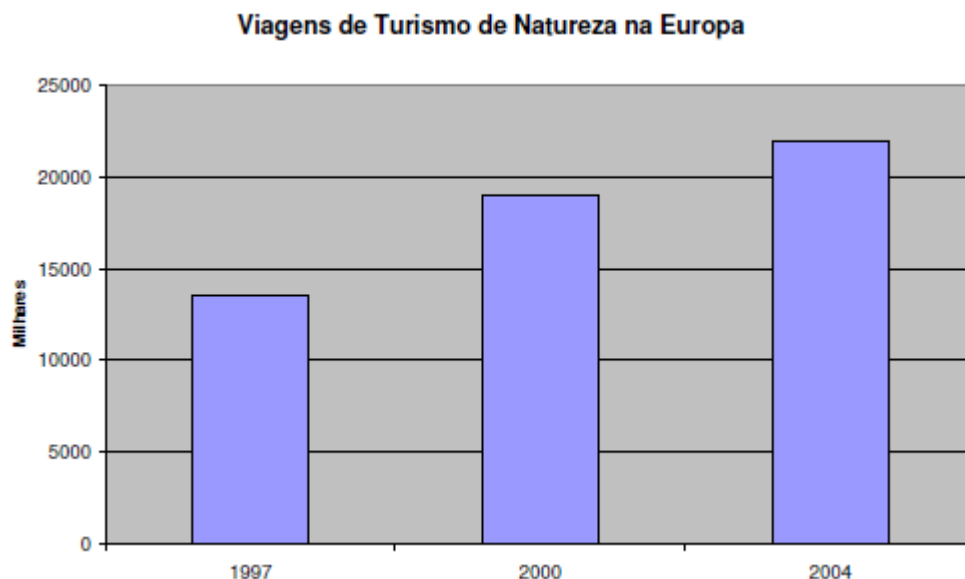


Figura F – Viagens de Turismo de Natureza na Europa (Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008)

A nível europeu a Alemanha e a Holanda são os principais mercados emissores de Turismo de Natureza na Europa representando, em conjunto, cerca de 45% do total das viagens de natureza dos europeus. A Holanda regista a maior taxa de Consumidores de Turismo de Natureza com cerca de 25,4% do total das viagens realizadas pelos cidadãos desse país ao estrangeiro. Em termos absolutos a Alemanha é o principal mercado emissor com mais de 5 milhões de viagens em 2004 (Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008).

Outro dado interessante prende-se com o facto de 84,8% das viagens de turismo de natureza na Europa durarem mais de 4 noites. Isto reflecte uma tendência característica deste segmento turístico que pode representar um elevado retorno para projectos de investimento relacionados com hotelaria enquadrados num programa de turismo de natureza.

O quadro seguinte reflecte as viagens de Natureza ao estrangeiro por mercado emissor em 2004 (dados da European Travel Monitor 2004, IPK; e estimativas da THR).

Tabela G Fonte: Turismo de Portugal, I.P.

Mercado emissor	Viagens totais (milhares)	% Viagens de Natureza	Viagens de Natureza (milhares)	% sobre o total Viagens de Natureza
Europa	245,000	9,0	22,000	100,0
Alemanha	51,685	10,4	5,390	24,5
Holanda	17,763	25,4	4,513	20,5
Reino Unido	39,349	4,9	1,940	8,8
Escandinávia	18,571	6,8	1,259	5,7
França	18,493	5,7	1,060	4,8
Itália	16,880	4,6	779	3,5
Espanha	9,103	3,8	348	1,6
Outros	73,156	9,2	6,711	30,5

A nível nacional, de acordo com dados de 2006 (Gabinete de Estudos da Associação Empresarial de Portugal, 2008), o Turismo de Natureza representou 6% das motivações primárias dos turistas estrangeiros. Estes valores representam o desaproveitamento dos recursos naturais do nosso país uma vez que cerca de 21% do território nacional é formado por áreas protegidas.

Não existem dados referentes ao Turismo de Natureza Interno de modo que esta seria uma perspectiva interessante a abordar em futuras investigações. O presente trabalho vai fazer uma abordagem do consumidor nacional e internacional do Turismo numa determinada região não se limitando a traçar o perfil do consumidor interno.

1.11. Futuro do Alqueva – O Parque Alqueva

Por fim, e para melhor enquadrar o âmbito deste trabalho, é relevante analisar o futuro próximo da Barragem do Alqueva.

A 15 de Outubro de 2007 foi aprovado no plano de pormenor do Parque Alqueva, um empreendimento turístico promovido pela Sociedade Alentejana de Investimentos e Participações, SGPS, SA. O Parque Alqueva foi um dos primeiros projectos a ser classificado como projecto PIN (Potencial Interesse Nacional) e é constituído por vários sub-projectos, estendendo-se por uma área total de 2.074 hectares divididos por 3 núcleos: Herdade das Areias, na freguesia de Coval, a Herdade do Postoro e a Herdade do Roncão, ambas ribeirinhas, situadas na freguesia de Campo, concelho de Reguengos de Monsaraz, no distrito de Évora.

O volume total do investimento previsto na construção do Parque é de 974 milhões de euros e compreende os seguintes sub-projectos (retirado do estudo de impacto ambiental – resumo não técnico):

- Três barragens (Areias, Sardinha e Postoro) com capacidade de armazenamento de 252 000, 340 000 e 370 000 m³ respectivamente;
- Dois portos de recreio, com capacidade para 60 e 156 embarcações na Herdade do Postoro e na Herdade de Roncão, respectivamente;
- Quatro campos de golf de 18 buracos (Areias Norte, Areias Sul, Postoro e Roncão), com um total de 34 pequenos lagos associados;
- Alojamento turístico num total de 17 000 camas;
- Equipamentos recreativos, desportivos e culturais (Centro Equestre, Instituto do Alentejo, Campo de Férias, Centro Desportivo);
- Equipamentos e estruturas de apoio e serviços (portarias, estacionamento, centros de assistência médica, plataformas de aterragem de helicópteros, unidade de valorização de resíduos);
- Infra-estruturas (rede viária, redes de água potável e não potável, rede de drenagem de águas pluviais, rede de esgotos, rede eléctrica, rede de gás natural, sistema de gestão de resíduos, redes de telecomunicações);
- Área agrícola, para produção hortícola e frutícola em modo de produção biológico;
- Área natural – a Estrutura Ecológica Principal corresponde a cerca de 40% da área total do Parque Alqueva.

Estima-se que durante a fase de exploração do empreendimento sejam criados directamente cerca de 2100 postos de trabalho. Segundo as estimativas do estudo de impacto ambiental, serão criados mais de 3000 postos de trabalho indirectos pelo Parque Alqueva. Este é um número (5 100 postos de trabalho) significativo pois representa quase 50% da população residente do concelho de Reguengos de Monsaraz (11 460 em 2001 nas 5 freguesias do município de acordo com dados dos CENSOS). Isto vai levantar uma série de problemas logísticos mas igualmente, abrir grandes oportunidades para esta região.

De acordo com o ponto 1 do Relatório do Plano de Pormenor do Parque Alqueva, os objectivos do empreendimento prendem-se com “uma operação integrada de desenvolvimento regional de longo prazo, com especial enfoque no turismo integrado, inovador e de elevada qualidade que, pelas interacções que estabelece com o património ambiental, cultural e social e com a economia local, se posiciona como estruturante para o sector turístico nacional e para a região que o acolhe”. O Parque Alqueva pretende “definir e concretizar modelos sustentáveis de desenvolvimento de produtos de elevado potencial de crescimento da procura, designadamente o turismo sénior, de congressos e incentivos, o turismo da natureza, o turismo de golfe, o turismo cultural e o turismo desportivo” (ponto 1 do Relatório do PP do Parque Alqueva).

2. Metodologia

Foi criada uma metodologia uniforme e devidamente padronizada podendo assim, ser aplicada a outros trabalhos de investigação com o mesmo propósito. Através da dedução de uma função da procura que englobe os factores que afectam a curva da procura de turismo de natureza e a prática de desportos de natureza, serão analisadas uma série de variáveis resultantes da análise bibliográfica e sendo deste modo aferido o perfil do consumidor de Turismo de Natureza e do praticante de Desportos de Natureza no maior lago artificial da Europa.

O instrumento de recolha de dados foi o questionário, testado e validado por uma amostra aleatória de 10 indivíduos. O questionário está dividido em cinco partes distintas:

I. Parte 1 – Caracterização da Amostra

Nesta parte determina-se a idade, o género, estado civil, situação profissional e o nível de escolaridade do consumidor de Turismo de Natureza.

II. Parte 2 – Hábitos do Consumidor

Aqui, o consumidor é inquirido relativamente à prática semanal de actividade física.

III. Parte 3 – Aspectos Relacionados com o Turismo de Natureza

São aqui determinados os hábitos de consumo relativamente ao produto turístico em estudo, tais como a frequência e a duração das viagens, bem como as preferências e gastos com alojamento e alimentação.

IV. Parte 4 – Motivações do Consumidor

Identificamos três dimensões no capítulo das motivações do consumidor:

- O que o leva a viajar para um destino de Natureza;
- O que o leva a escolher um destino em detrimento de outros;
- Qual a importância de catorze características determinadas pelo autor com base na revisão de literatura, no destino de escolha.

Aqui é pedido ao inquirido que classifique o nível de importância que cada factor tem em cada uma das dimensões. Foi usada uma escala entre 1 e 4, com a seguinte correspondência de valores: (1) nada importante; (2) pouco importante; (3) importante; (4) muito importante; (0) não se aplica.

V. Parte 5 – Procura de Actividades Físicas e Desportivas e Sócio-culturais

Ao analisarmos trabalhos recentes de vários investigadores (Sung, 2004; Pomfret, 2010; Weber, 2001) encontramos um hiato na análise do perfil das actividades de Turismo em ambientes *Out-Door*. É prática comum analisar cada actividade na perspectiva de um segmento turístico, podendo cair-se no erro de se ignorarem as verdadeiras motivações dos viajantes, como apontou Ewert (1989) ao abordar a perspectiva da superação como base da tomada de decisão dos Viajantes de Aventura, sugerindo a componente do risco e do perigo controlado como um subproduto da verdadeira motivação.

Na tentativa de cobrir esta lacuna, na abordagem prática à problemática, foi desenvolvido um modelo de procura integrado que permitirá, com base nas actividades desportivas abordadas no questionário, definir um perfil do consumidor, numa perspectiva global.

O modelo proposto baseia-se na criação de uma matriz de integração das actividades dos viajantes, distribuídas no eixo das abcissas de acordo com as preferências da amostra ($n = 222$), ordenadas de forma descendente. Através da análise da ligação dos viajantes a 22 actividades físicas e desportivas e 20 actividades sócio-culturais escolhidas pelo autor em função da informação recolhida na revisão bibliográfica, determinamos, com base nas definições apresentadas, as características da procura turística na zona em estudo. A maleabilidade do instrumento de pesquisa e do modelo de análise e a facilidade na sua utilização tornam-se aqui uma forte mais-valia na possível realização de estudos comparativos.

O sistema é pautado pela clareza e simplicidade, baseando-se na própria concepção do questionário, onde para cada actividade, o viajante

deverá caracterizar o seu grau de afinidade considerando uma escala entre 1 e 4, sendo 1 equivalente a “nada importante” e 4 equivalente “ muito importante”³⁶.

Após a análise dos dados retirados do questionário será atribuído um valor a cada actividade para o perfil global do Viajante. Esse valor corresponderá à média dos valores recolhidos por questionário, sendo que a cada valor será atribuída uma cor (ex. Degradações de verdes) e para cada actividade na matriz aparecerá a cor correspondente ao valor recolhido. Assim, um tom de verde mais claro corresponderá a uma média inferior em comparação com um tom de verde mais escuro.

Este método tem como grande vantagem, não só facilidade em termos de visualização, como também comodidade relativamente à análise dos dados que nos vai permitir automaticamente avaliar as motivações dos consumidores de produtos turísticos da região em estudo, numa perspectiva integrada e global.

A listagem das actividades físicas e desportivas, por um lado, e a listagem das actividades sociais e culturais, por outro, previamente seleccionadas, encontram-se nas tabelas I e J, respectivamente.

³⁶ Caso a actividade não se aplique não seja considerada, o inquirido deverá colocar “0”.

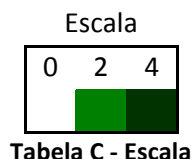
Tabela H – Actividades Físicas e Desportivas

Passeios a pé/caminhada/pedestrianismo	PP
Passeios a cavalo	PCv
Passeios de BTT	PB
Yoga	Y
Canoagem	Ca
Remo	R
Parapente	P
Asa-delta	AD
Balonismo	B
Montanhismo	Mo
Pesca desportiva	PD
Passeios de kayak	PK
Escalada/rapel	ER
Orientação	O
Caça	Cç
Espeleologia (exploração de grutas e cavernas)	E
Jogging (corrida)	J
Natação	N
Mergulho	Me
Canyoning (exploração de um rio e de todos os seus obstáculos)	Cy
Vela	V
Prática de actividades de cariz físico no geral	AF

Tabela I – Actividades Socio-culturais

Passeios de carro/mota/jipe por zonas naturais	PCa
Visitas a locais de interesse histórico	VH
Visitas a monumentos	VMo
Interacção com o ambiente local	IA
Visitas a museus	VMu
Provas gastronómicas (gastronomia e vinhos locais)	PG
Visita ao comércio local (ex: tapeçaria de Arraiolos)	VC
Relaxar na natureza	RN
Actividades balneares	AB
Leitura na natureza	LN
Interacção com os habitantes locais	IH
Compra de lembranças	CL
Exploração de zonas remotas desconhecidas	EZ
Participação em eventos locais (festas populares, procissões, etc.)	PE
Visita a lugares de diversão nocturna (bares, discotecas, etc.)	VN
Procura e observação da fauna da região	OFa
Procura e observação da flora da região	OFl
Visita às povoações locais	VP
Fotografia	F
Actividades termais	AT

A escala da degradação dos tons verdes corresponde ao indicado pela tabela K.



VI. Parte 6 – Fontes de Informação

O consumidor é aqui inquirido sobre os principais veículos de recolha de informações para o planeamento das suas viagens a destinos de Natureza.

A recolha de dados foi efectuada durante os meses de Junho, Julho e Agosto dos anos de 2010 e 2011, nos Postos de Turismo de Reguengos de Monsaraz e de Monsaraz, nas Piscinas Municipais de Moura, e na Marina da Amieira.

Estimámos a população com base no número de camas nos municípios de Alandroal, Moura, Mourão, Reguengos de Monsaraz e Portel. De acordo com os dados recolhidos junto das autarquias, estamos perante uma população de 1200 indivíduos³⁷. A amostra de 222 indivíduos é pois, bem representativa da população.

O tratamento e a análise dos dados foram realizados por parâmetros de estatística descritiva, com recurso ao programa estatístico *PASW* versão 18, tendo sido utilizado ainda, de acordo as necessidades gráficas, e para a criação do modelo de análise da procura das actividades desportivas e sócio-culturais, a última versão do programa *MS Excel*.

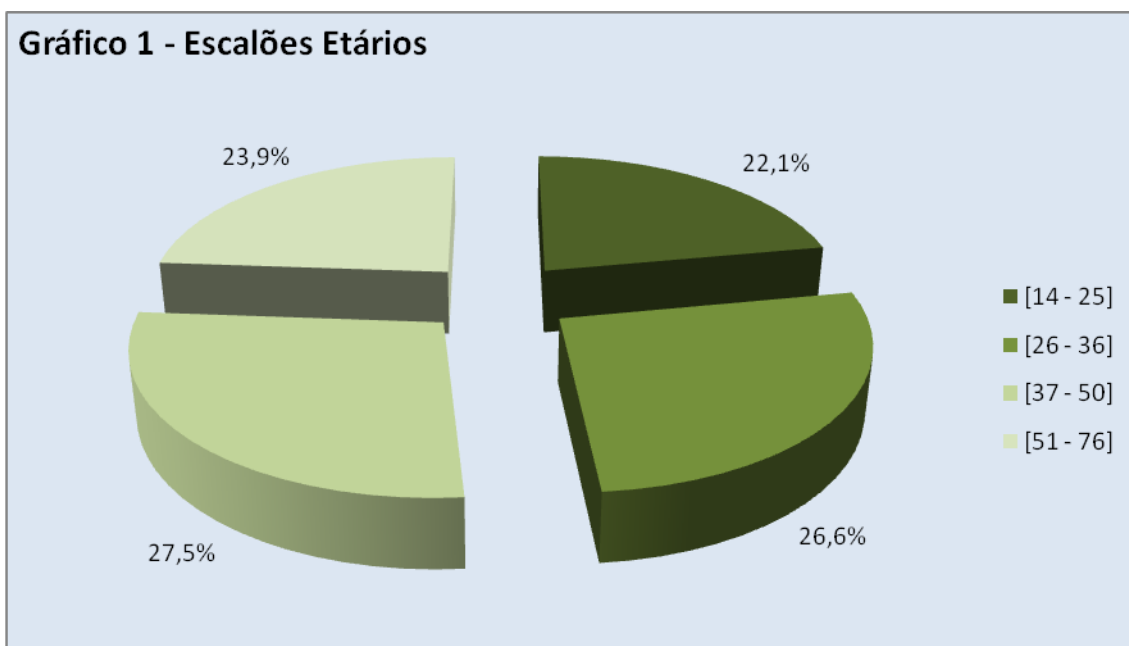
³⁷ Dados fornecidos pelas Câmaras Municipais de Alandroal, Moura, Mourão, Portel, e Reguengos de Monsaraz.

3. Apresentação e Discussão dos Resultados

3.1. Caracterização geral da amostra

Considerando a presente amostra de 222 inquiridos, representativa da população, com idades compreendidas entre os 14 e os 76 anos, uma média de idades situada nos 38 anos e aproximadamente 5 meses e uma mediana de 37 anos, concluímos estar presentes uma amostra populacional razoavelmente equilibrada.

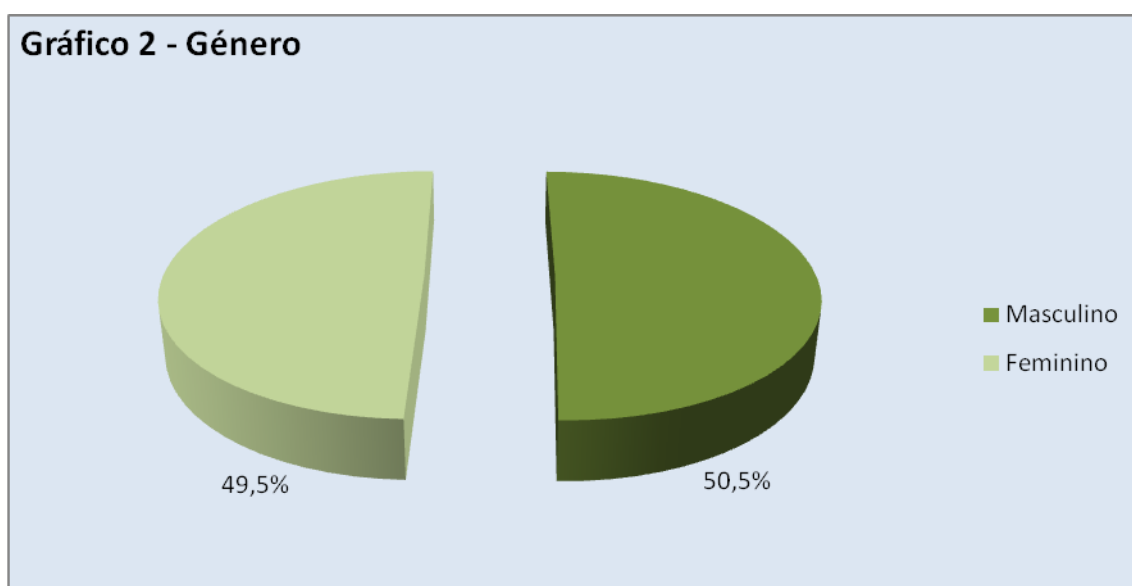
É igualmente interessante verificar que a moda foi 54 anos tendo sido inquiridos um total de 12 indivíduos. Foram também entrevistados 11 indivíduos com 23 anos de idade. Este facto reflecte uma característica importante da amostra e consequentemente da população que se prende com o facto de terem sido entrevistados vários grupos que, por norma, viajam em conjunto e que, tirando os casos de agregados familiares com diferentes gerações, pertencem por norma ao mesmo escalão etário.



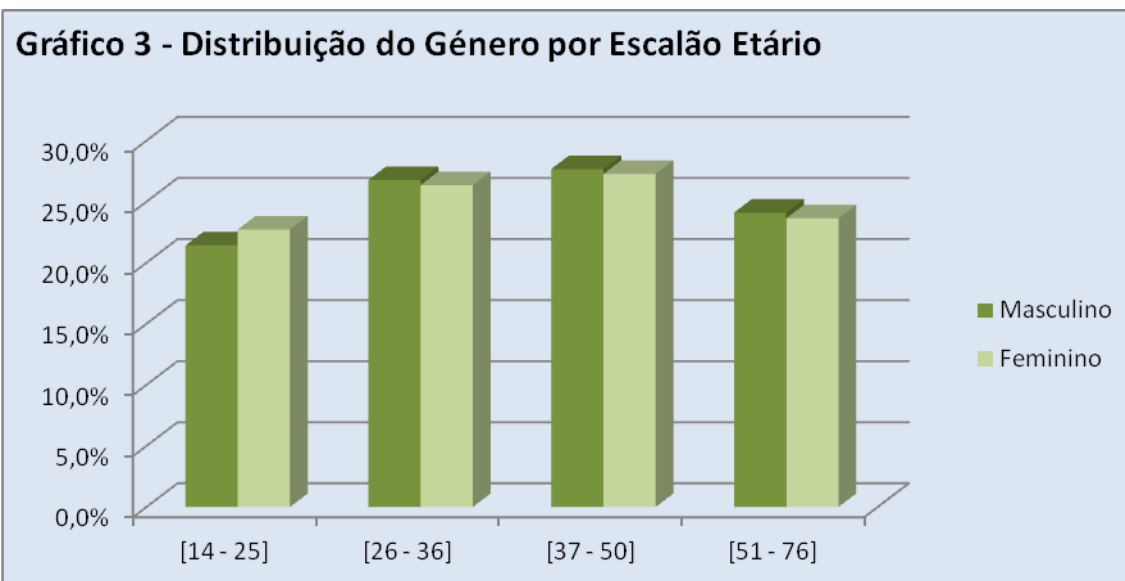
Como pode ser observado no gráfico 1, ficaram definidos 4 escalões: dos 14 aos 25 anos representa 22,1% da amostra; dos 26 aos 36 anos temos

26,6%; 27,5% da amostra tem entre 37 e 50 anos de idade; e 23,9% tem idade superior a 51 anos, sendo que o indivíduo com idade superior tinha 76 anos.

Relativamente à distribuição do género verifica-se uma vez mais um grande equilíbrio entre o sexo masculino e feminino com ligeira predominância do sexo masculino, que representa 50,5% da amostra como se pode verificar no Gráfico 2.



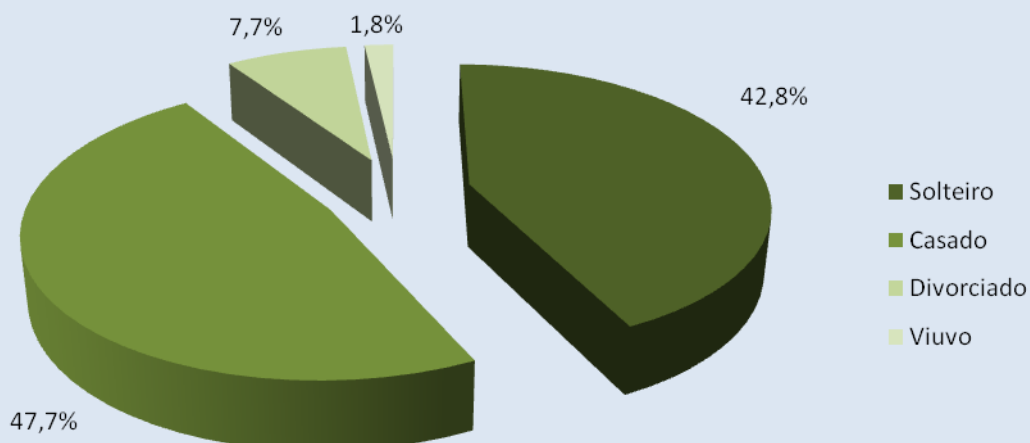
Este dado é extremamente representativo do tipo de Turista que visita a região do Alqueva, viajando por norma em grupos equilibrados de familiares e/ou amigos, como já foi referido, sendo perceptível o equilíbrio. Não era de resto expectável que se verificassem grandes diferenças a este nível.



Em termos de distribuição dos géneros pelos escalões etários verifica-se novamente um equilíbrio significativo na amostra, como é observável pelo gráfico 3. Temos assim 21,4% dos indivíduos do sexo masculino no primeiro escalão, 26,8% no segundo, 27,7% no terceiro e 24,1% no quarto. Relativamente à distribuição de indivíduos do sexo feminino vamos ter 22,7% no primeiro escalão, 26,4% no segundo, 27,3% no terceiro e 23,6% no quarto. Constatamos assim que as distribuições são relativamente idênticas, verificando-se para ambos os géneros uma preponderância nos escalões etários centrais, em completa concordância com a distribuição da amostra pelos escalões.

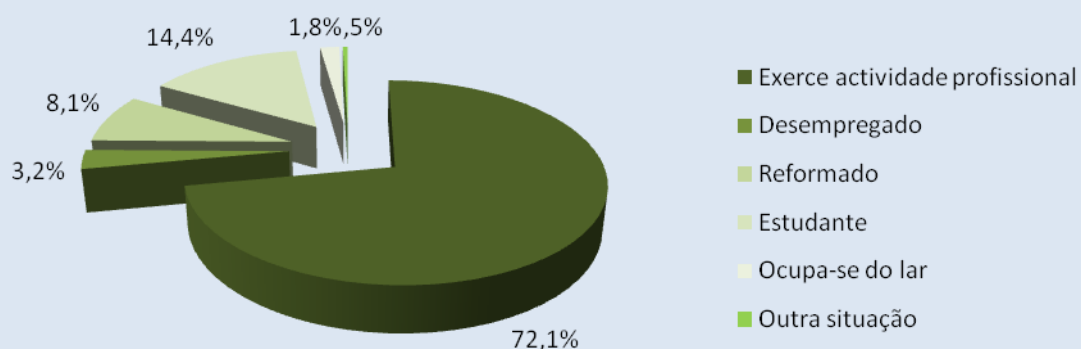
Torna-se igualmente importante neste contexto realçar o equilíbrio entre a representatividade dos géneros por escalão etário, estando presentes no primeiro escalão 51% de indivíduos do sexo feminino e 49% de indivíduos do sexo masculino. No segundo escalão e no terceiro escalões vamos ter 50,9% de indivíduos do sexo masculino e 49,1% de indivíduos do sexo feminino; e no quarto escalão temos 50,8% de indivíduos do sexo masculino e 49,2% de indivíduos do sexo feminino.

Gráfico 4 - Estado Civil



Relativamente ao estado civil, representado no gráfico 4, podemos verificar que 47,7% da amostra corresponde a indivíduos casados, 42,8% são indivíduos solteiros, 7,7% estão divorciados e 1,8% representa a parte da amostra cujos conjugues pereceram.

Gráfico 5 - Situação Profissional



Relativamente à situação profissional representada no gráfico 5, verificamos que 72,1% da amostra exerce actividade profissional, sendo que apenas 3,2% se encontra desempregado.

É importante sublinhar o valor do desemprego na amostra, substancialmente inferior à taxa de desemprego no país de aproximadamente 12%³⁸.

Estes dados, embora previsíveis, ganham relevância se considerarmos a actual situação do país. Com o aumento do desemprego nota-se uma crescente tendência na diminuição do consumo interno de produtos de lazer. Numa economia tendencialmente virada para o sector terciário este facto torna-se preocupante considerando que o Alqueva representa uma enorme oportunidade em termos de criação de postos de trabalho no sector do Turismo.

Podemos ainda verificar que 14,4% da amostra diz respeito a estudantes e 8,1% a reformados. 1,8% corresponde à parcela da amostra que se dedica exclusivamente ao lar e à família e 0,5% da amostra encontra-se noutra situação.



A análise da situação profissional por escalão etário demonstra-nos uma clara predominância nos dois escalões centrais de indivíduos que exercem actividade profissional, com 98,3% no segundo escalão e 93,4% no terceiro

³⁸ No segundo trimestre de 2011 de acordo com dados do INE.

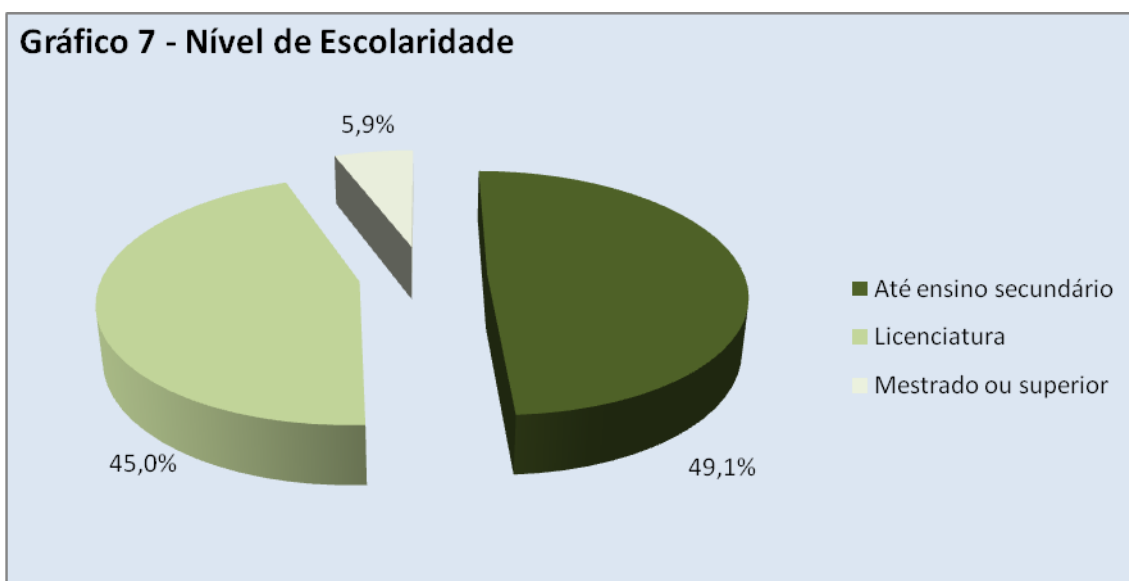
escalão. No primeiro escalão verifica-se, como seria previsível, uma prevalência de indivíduos estudantes representando 63,3% do escalão.

É igualmente neste escalão que encontramos maior percentagem de indivíduos desempregados com 8,2% que corresponde a 1,8% da amostra total. Relativamente ao desemprego é importante relevar que no segundo e no quarto escalões não encontramos qualquer indivíduo desempregado. No terceiro escalão vamos ter 4,9% de indivíduos desempregados que corresponde a 1,4% da amostra total.

Podemos igualmente verificar uma elevada percentagem de indivíduos reformados exclusivamente no quarto escalão representando 34% do escalão.

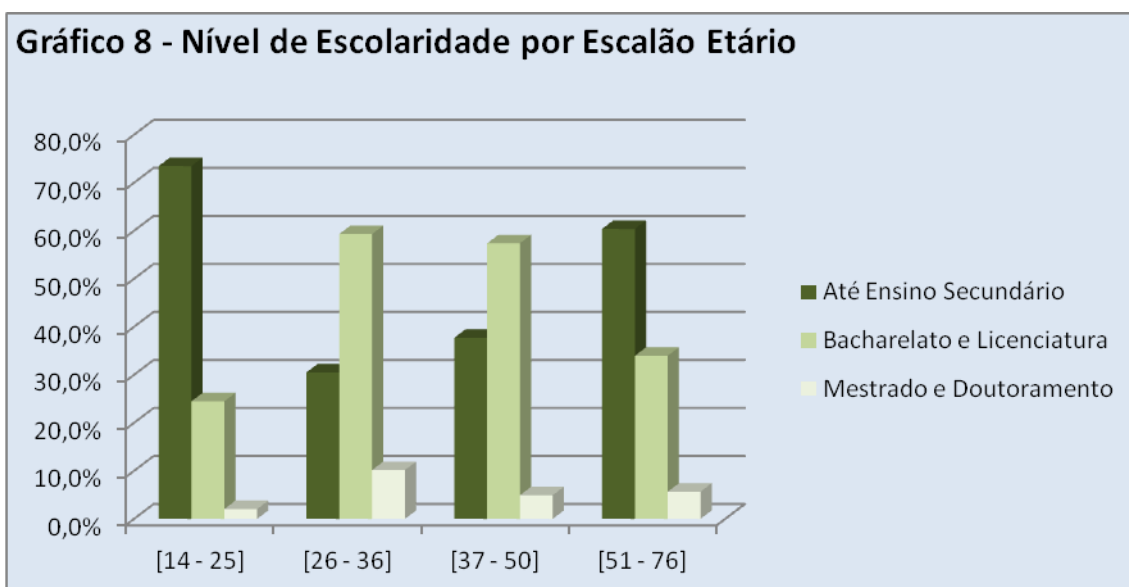
4ª Classe	6,3%
2º Ciclo ou equivalente	4,5%
9º Ano ou equivalente	13,5%
Ensino secundário ou equivalente	24,8%
Bacharelato	9,0%
Licenciatura	36,0%
Mestrado	5,0%
Doutoramento	0,9%

Tabela D



Podemos considerar o nível de escolaridade da amostra relativamente elevado verificando-se uma predominância de indivíduos com estudos superiores. Neste contexto, para análise de dados, decidimos dividir o nível de escolaridade em 3 escalões: até ao ensino secundário, que representa 49,1% da amostra; licenciatura (e bacharelato), 45% da amostra; e mestrado ou superior, representando apenas 5,9% da amostra.

Ao analisarmos a tabela é possível verificar uma predominância de indivíduos com o ensino secundário completo (24,8%) e com licenciatura (36%). Já relativamente à escolaridade obrigatória verifica-se que 24,3% da amostra não terminou o ensino secundário. Este dado reflecte iliteracia nos escalões etários mais avançados, onde predominam indivíduos com a 4ª classe, 2º ciclo ou equivalente e 9º ano ou equivalente.

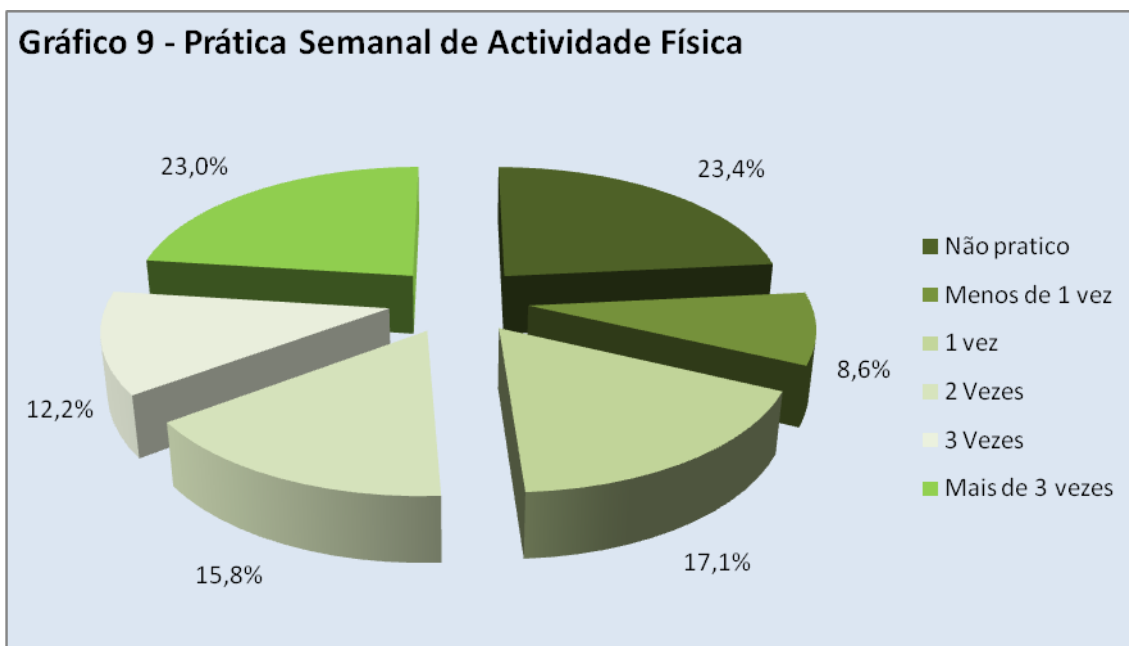


Decompondo o nível de escolaridade da amostra por escalões etários verificamos diferenças significativas nomeadamente no peso da amostra de indivíduos com estudos até ao ensino secundário. No primeiro escalão, 73,5% dos inquiridos completou um nível de escolaridade até ao ensino secundário. Neste escalão apenas 24,5% terminou um bacharelato ou uma licenciatura sendo que a percentagem de indivíduos com mestrado ou doutoramento é de apenas 2%.

No segundo escalão aumenta consideravelmente a representatividade de indivíduos com formação superior. Temos assim 59,3% com bacharelato ou licenciatura e 10,2% com mestrado ou doutoramento, sobrando 30,5% com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário.

O terceiro escalão apresenta-se bastante idêntico ao segundo verificando-se no entanto uma quebra significativa na representatividade de indivíduos com mestrado ou doutoramento (apenas 4,9%) e uma ligeira quebra nos indivíduos com licenciatura ou bacharelato (57,4%).

No grupo de indivíduos com idades mais avançadas voltamos a verificar uma predominância de sujeitos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário de 60,4%. Neste escalão apenas 34% da amostra possui um diploma de bacharelato ou licenciatura e 5,7% de mestrado ou doutoramento.

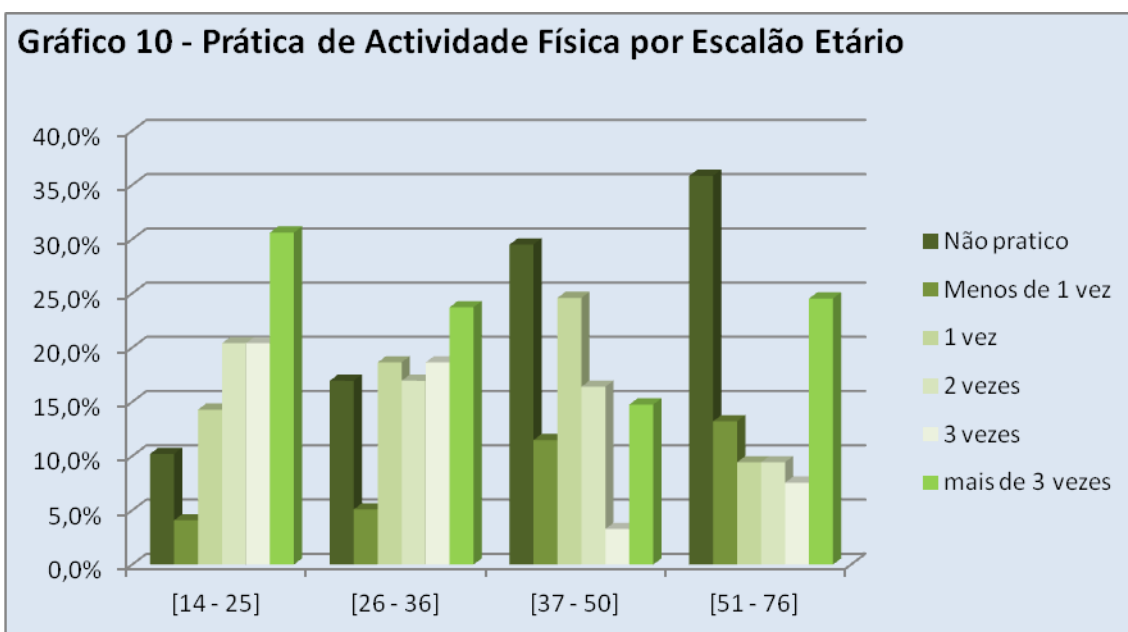


Relativamente à prática semanal de actividade física verifica-se um relativo extremar de posições, predominando a existência de indivíduos sedentários na amostra com uma percentagem de 23,4%. É igualmente curioso verificar que este valor está extremamente próximo do valor percentual da parcela da amostra referente aos indivíduos que mantêm uma prática de

actividade física regular superior a 3 vezes por semana, que corresponde a 23%.

Pelo meio temos que 8,6% da amostra pratica desporto ocasionalmente, 17,1% mantém uma prática regular de 1 vez por semana, 15,8% 2 vezes por semana, e 12,2% mantém actividade física regular 3 vezes por semana.

Mais adiante procuraremos relacionar estes dados com a prática e a procura de Desportos de Natureza por escalão etário.



Analisando a prática de actividade física por escalão etário salta imediatamente à vista o aumento gradual do sedentarismo entre os escalões. Verifica-se igualmente uma diminuição gradual da representatividade de sujeitos com prática superior a 3 vezes por semana do primeiro para o segundo escalão e do segundo para o terceiro, verificando-se um aumento do terceiro para quarto. Este dado pode ser interpretado como consequência da falta de tempo livre para se manter uma prática desportiva regular, sobretudo nos escalões intermédios, onde, como já vimos, predominam os indivíduos com actividade profissional.

Podemos assim constatar, no primeiro escalão, uma preponderância de indivíduos que mantêm uma prática regular superior a 3 vezes por semana de

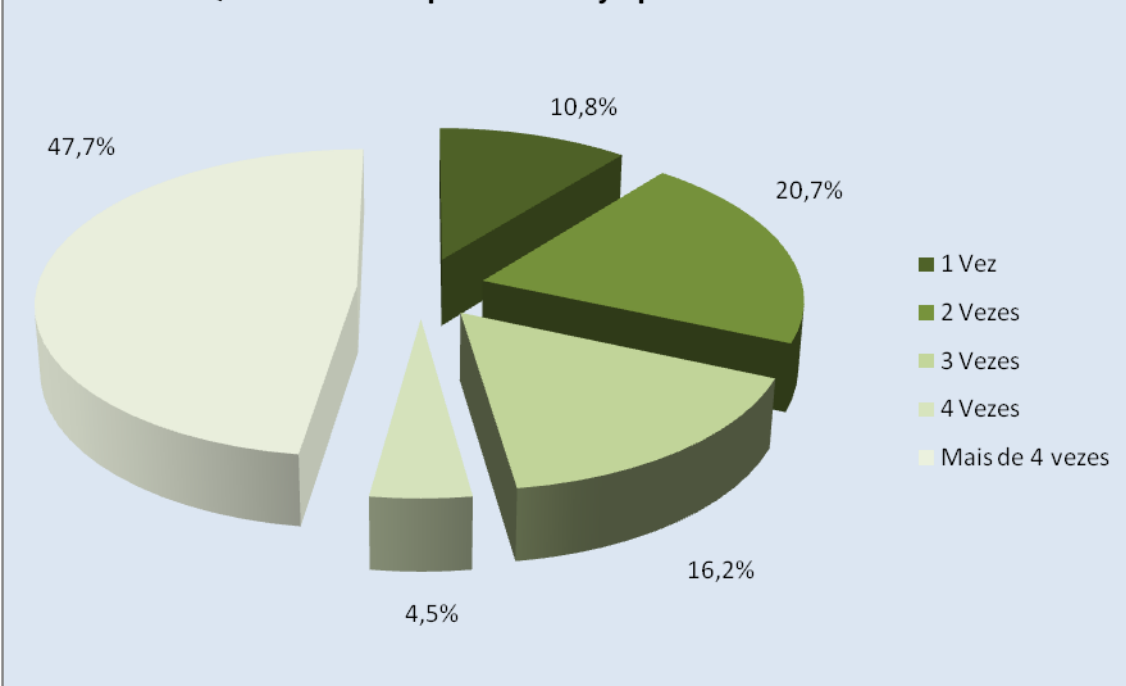
30,6%. Temos depois que 20,4% dos indivíduos neste escalão praticam actividade física 3 vezes por semana sendo igualmente esta a percentagem de indivíduos que praticam actividade física 2 vezes por semana. Temos depois 14,3% de indivíduos que mantêm actividade uma vez por semana e apenas 4,1% de praticantes ocasionais. A percentagem de indivíduos sedentários neste escalão queda-se pelos 10,2%.

No segundo escalão verifica-se um aumento considerável da percentagem de indivíduos sedentários e uma diminuição clara da representatividade de indivíduos com prática semanal superior a 3 vezes para os 23,7%. Vamos ter igualmente um equilíbrio bastante visível entre a percentagem de indivíduos que não praticam actividade física (16,9%), os indivíduos que praticam 1 vez por semana (18,6%), os que praticam 2 vezes por semana (16,9%), e os que praticam 3 vezes por semana (18,6%).

No terceiro escalão ganham influência os indivíduos sedentários representando 29,5% do escalão. Regista-se igualmente um grande aumento na percentagem de indivíduos que praticam desporto uma vez por semana (24,6%). Curiosamente mantém-se relativamente estável nos 16,4% a percentagem de indivíduos que praticam actividade de cariz físico 2 vezes por semana, registando-se uma queda considerável nos indivíduos que praticam actividade física 3 vezes por semana para os 3,3%, e dos indivíduos que se mantêm activos mais de 3 vezes por semana para os 14,8%.

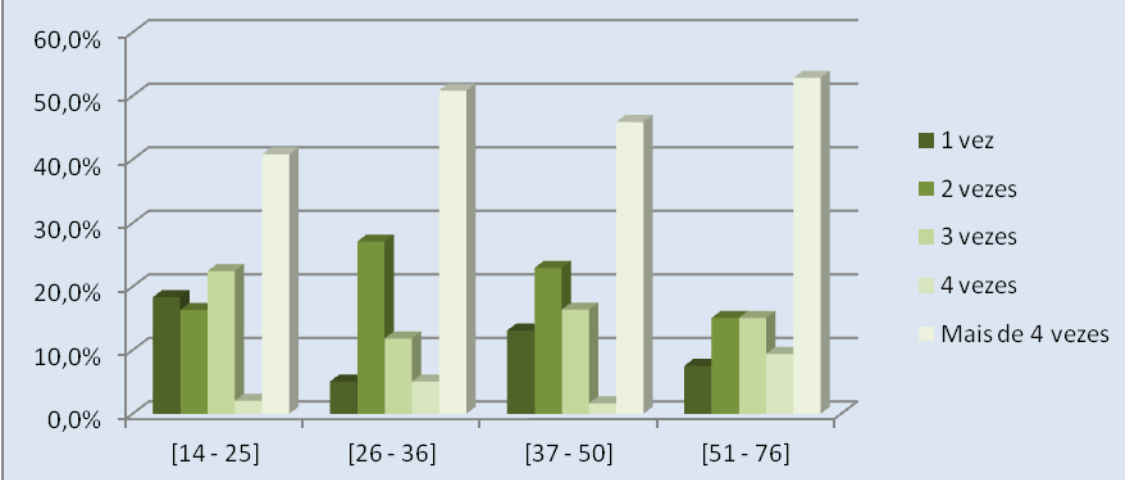
No escalão referente à população mais idosa, como já foi referido, voltamos a verificar um aumento da percentagem de indivíduos sedentários para os 35,8%. Embora se verifique uma diminuição do número de indivíduos que praticam actividade física uma e duas vezes por semana, é de salientar o facto de se verificar um aumento considerável de percentagem de indivíduos que praticam actividade física mais de 3 vezes por semana para os 24,5%, percentagem essa superior à do segundo e terceiro escalões.

Gráfico 11 - Quantas vezes por ano viaja para a Natureza?



Em termos do número de viagens por ano à natureza, verificamos que mais de metade da amostra planeia mais de 3 viagens anuais a destinos onde possam desfrutar dos bens naturais. Temos assim que apenas 10,8% da amostra viaja uma vez por ano para a natureza. 20,7% dos inquiridos dizem viajar duas vezes por ano para destinos de Natureza e 16,2% escolhem viajar 3 vezes por ano. Temos depois que 52,2% da amostra viaja mais de 3 vezes por ano para zonas naturais, sendo que desta amostra global 47,7% dos indivíduos diz viajar mais de 4 vezes por ano para estes destinos.

Gráfico 12 - Viagens à Natureza por Escalão Etário

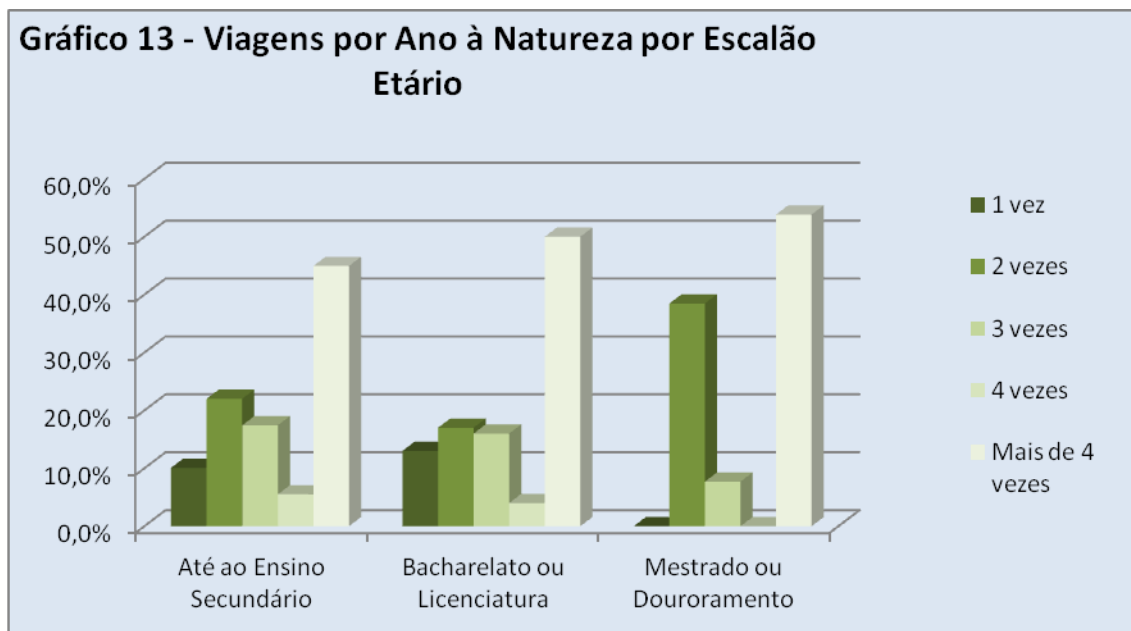


Decompondo a análise do número de viagens à natureza por escalão etário verificamos imediatamente a predominância, em todos os escalões, da representatividade de indivíduos que viajam mais de 4 vezes por ano para locais de natureza, sendo essa preponderância mais evidente no 2º, 3º e 4º escalões com 50,8%, 45,9% e 52,8% respectivamente. No primeiro escalão a percentagem de indivíduos que viajam mais de 4 vezes por ano para destinos de Natureza é de 40,8%. Verificamos ainda no primeiro escalão um ligeiro equilíbrio entre os sujeitos que viajam uma (18,4%), duas (16,3%) e três vezes por ano (22,4%) para locais de Natureza.

No segundo escalão, logo depois do grupo de indivíduos que viajam mais de 4 vezes por ano, destacam-se os sujeitos que viajam 2 vezes por ano representando 27,1% do escalão, verificando-se uma diminuição da percentagem de indivíduos que viajam 1 vez por ano, 12,5%, e que viajam 3 vezes por ano, 11,9%. A percentagem referente aos que viajam 4 vezes por ano sobe de 2% para 5,1%.

No terceiro escalão constata-se uma diminuição na percentagem de viajantes bianuais para 23% e um aumento da percentagem de sujeitos que viajam 1 vez por ano e 3 vezes por ano para 13,1% e 16,4% respectivamente. A percentagem de indivíduos que viajam 4 vezes por ano torna a baixar para os 1,6%.

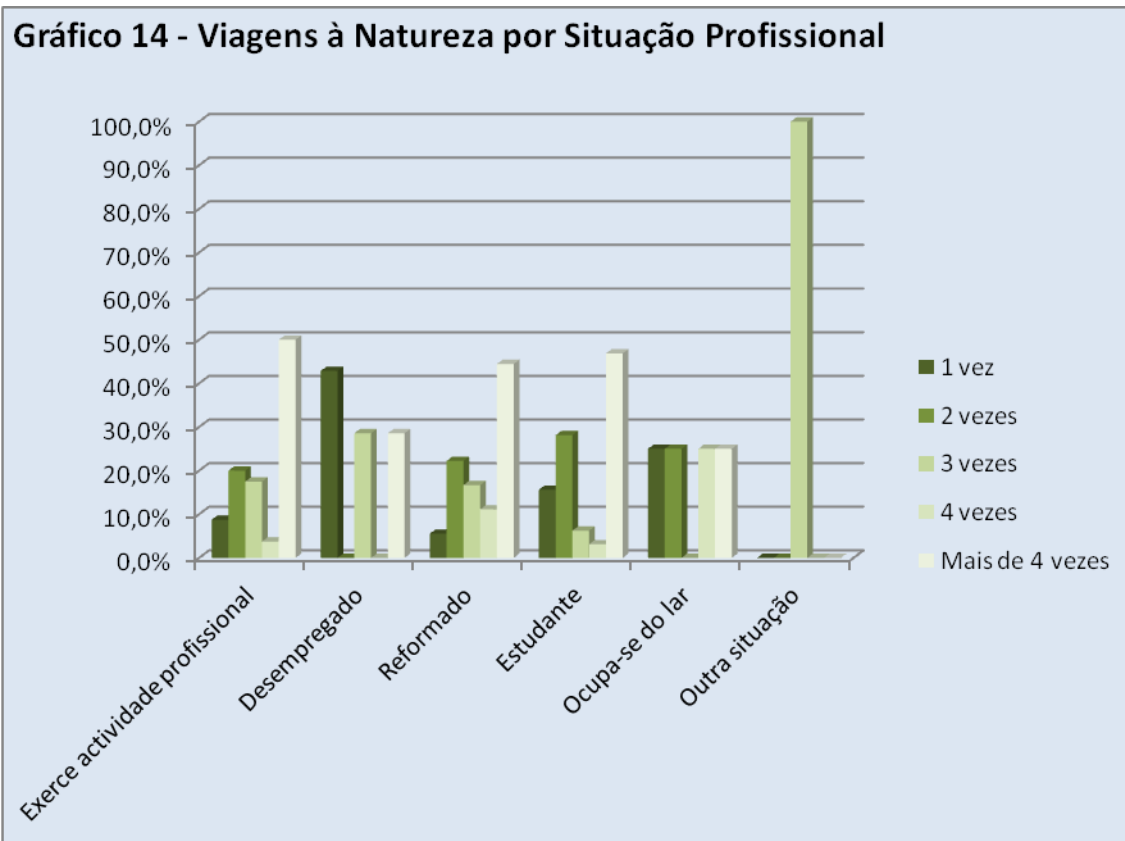
No quarto escalão é de relevar a subida da percentagem de indivíduos que viajam 4 vezes por ano para 9,4%. Curioso verificar ainda o equilíbrio entre indivíduos que escolhem viajar 2 e 3 vezes por ano, fixando-se numa proporção de 15,1% do escalão.



No gráfico 13, ao decompor o número de viagens à Natureza por nível de escolaridade, verificamos que se registam poucas diferenças entre os indivíduos que possuem diploma de bacharelato ou licenciatura, e indivíduos que possuem um nível de escolaridade até ao ensino secundário. Em ambos os casos verificamos um predomínio claro de sujeitos que viajam mais de quatro vezes por ano para locais de Natureza, com uma percentagem de 50% e 45% respectivamente. Ainda relativamente aos indivíduos com estudos até ao ensino secundário de referir que 10,1% viajam apenas 1 vez por ano para a Natureza, 22% escolhe viajar 2 vezes por ano e 17,4% viaja 3 vezes por ano, sobrando 5,5% da amostra que viaja 4 vezes por ano para locais de Natureza.

Já vimos que 50% dos indivíduos com bacharelato ou licenciatura viaja por norma mais de 4 vezes por ano para locais onde possa usufruir dos bens da Natureza. Temos assim que 13% dos indivíduos com este grau académico escolhe viajar 1 vez por ano para locais de Natureza, enquanto 17% viaja 2 vezes e 16% viaja 3 vezes. Os restantes 4% viajam por norma 4 vezes por ano.

As grandes diferenças registam-se no grupo de indivíduos grau de Mestrado ou de Doutoramento, embora a representatividade deste seja pequena na amostra global. Temos assim que 53,8% dos indivíduos com este grau académico viajam mais de 4 vezes para locais de Natureza. Temos depois que 38,5% desta amostra viaja 2 vezes por ano e apenas 7,7% viaja 3 vezes. Não faz parte da amostra qualquer sujeito com este grau académico que viaje 1 ou 4 vezes por ano para locais de Natureza.

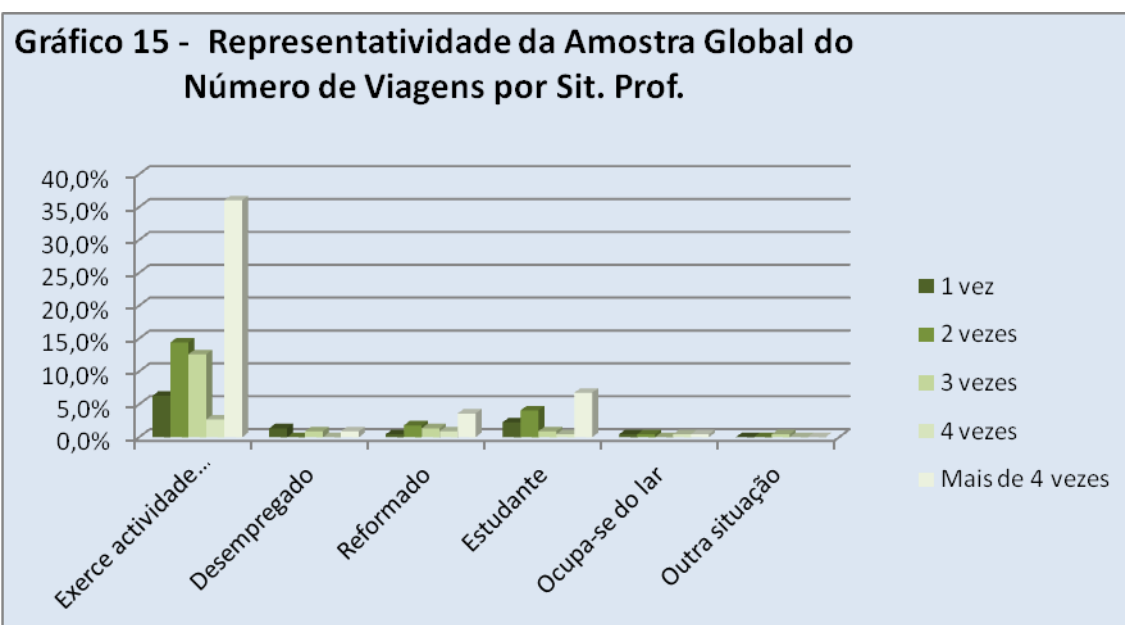


No gráfico 14 podemos o número de viagens anuais a destinos de Natureza por situação profissional. Ao analisarmos individualmente cada grupo profissional é importante termos noção da representatividade do mesmo na amostra global. O gráfico 15 vai dá-nos a distribuição global do número de viagens anuais à Natureza por situação profissional.

Assim, temos no grupo de indivíduos que exercem actividade profissional que 50% destes viajam mais de 4 vezes por ano a destinos de Natureza. Este valor, como é visível no Gráfico 15, é extremamente

representativo da amostra global correspondendo a 36% desta. Vamos encontrar ainda que neste grupo profissional 8,8% dos sujeitos viaja apenas uma vez por ano para zonas de paisagem natural; 20% viaja duas vezes, 17,5% viaja 3 vezes e apenas 3,8% viajam 4 vezes por ano.

O grupo relativo aos indivíduos em situação de desemprego, embora com pouco peso na amostra global, como é visível no gráfico 15, é o grupo que viaja menos à Natureza. Ao analisarmos o Gráfico 14 verificamos que 42,9% dos indivíduos desempregados viaja apenas uma vez por ano para zonas naturais.



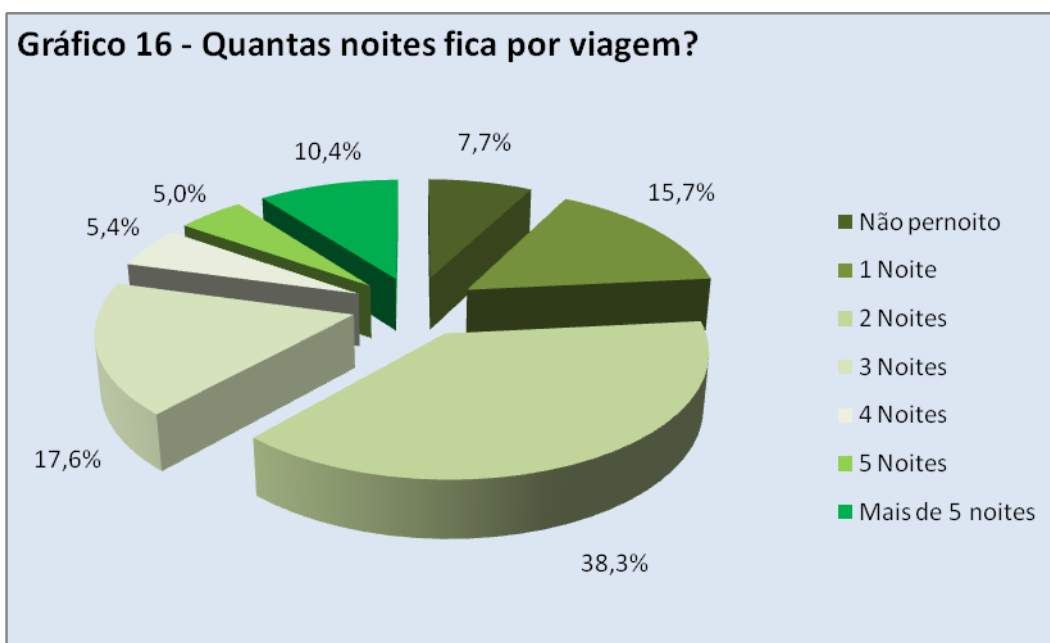
Embora este dado corresponda a apenas 1,4% da amostra global, é extremamente representativo da classe de desempregados em Portugal. Se a isto juntarmos uma taxa de desemprego que atinge já os 12% no segundo trimestre de 2011, torna-se urgente olhar para estes dados e tomar medidas em conformidade. Temos depois que 28,6% dos sujeitos em situação de desemprego viaja 3 vezes por ano para a Natureza e os restantes 28,6% viajam mais de 4 vezes. Dado que estas percentagens correspondem a parcelas ainda menores da amostra global podemos considera-las marginais, como por exemplo, considerar-me um casal em que um dos conjugues se

encontra em situação de desemprego, ou um familiar que ainda assim embarca numas em família.

No grupo referente aos indivíduos em situação de reforma podemos constatar que 44,4% da amostra viaja mais de 4 vezes por ano para zonas naturais. Ainda assim este valor corresponde apenas a 3,6% da amostra global. Temos ainda que 5,6% escolhe viajar uma vez por ano, 22,2% viaja 2 vezes por ano, 16,7% viajam 3 vezes por ano e 11,1% viajam 4 vezes por ano.

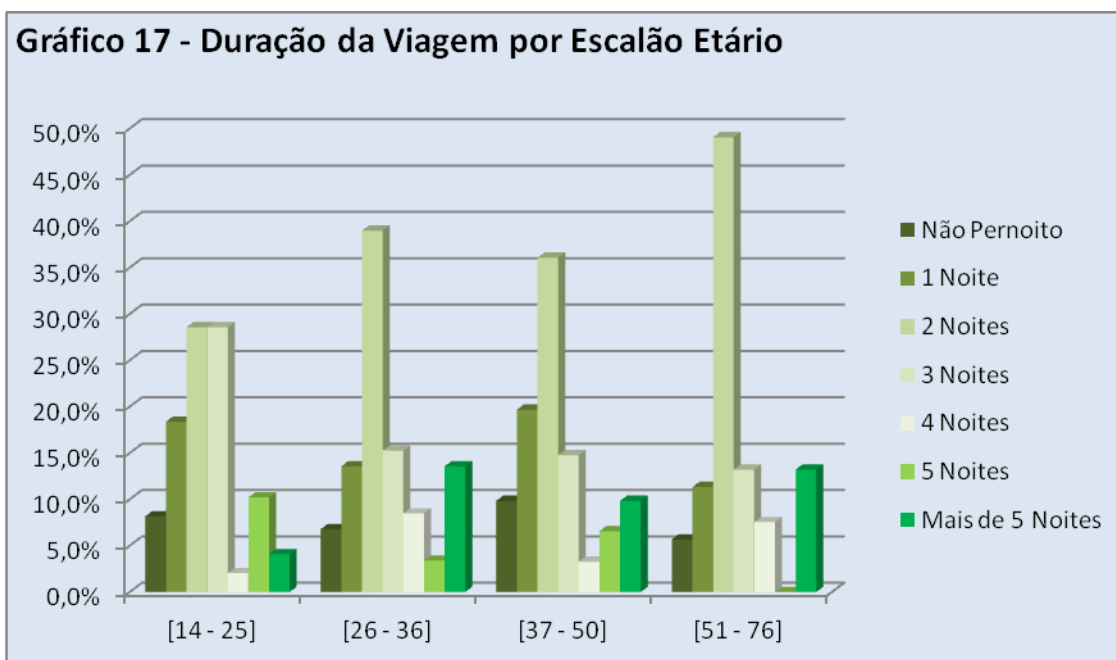
Relativamente aos sujeitos estudantes, temos que 46,9% viaja mais de vezes por ano para locais onde possa usufruir dos bens naturais. Esta percentagem, de acordo com o gráfico 15, representa 6,8% da amostra total. Temos ainda que 15,6% deste grupo viaja apenas uma vez por ano, 28,1% viajam 2 vezes por ano, 6,3% viajam 3 vezes por ano e 3,1% viajam 4 vezes para zonas de paisagem natural.

Os dados relativos aos sujeitos que se ocupam do lar e que estão noutra situação não farão parte da análise aquando dos cruzamentos dada a limitada representatividade dentro da amostra global.



O gráfico 16 diz respeito ao número de noites que os sujeitos ficam, em média, por viagem. Ao analisarmos o gráfico verificamos imediatamente que mais de metade da amostra permanece entre uma e duas noite cada vez que

escolhe viajar para destinos de natureza. Apenas 7,7% da amostra não costuma pernoitar e apenas 10,4% da amostra passa mais de 5 noites por viagem. Temos ainda que 17,6% dos inquiridos passam em média 3 noites por viagem, 5,4% passam 4 e 5% passam 5 noites. A grande maioria da amostra, 38,3% diz passar em média 2 noites no local onde escolhe viajar sendo que os restantes 15,7% preferem passar apenas uma noite.



Ao analisarmos o número de noites que os sujeitos presentes na amostra passam por viagem, no local escolhido, por escalão etário, presente no gráfico 17, podemos imediatamente constatar que nos 3 escalões superiores se verifica uma predominância de sujeitos que escolhem passar 2 noites por viagem. Só no escalão que corresponde aos indivíduos mais jovens encontramos um total equilíbrio entre os que passam por norma 2 noites e os que passam por norma 3 noites, fixando-se esse valor nos 28,6%, que, em conjunto, perfaz mais de metade da amostra correspondente a este escalão. Temos ainda que 8,2% da amostra neste primeiro escalão que não costuma pernoitar, 18,4% que passa uma noite, 2% passa 4 noites, 10,2% passam 5 noites e apenas 4,1% dos jovens passam mais de 5 noites. Este é de resto o único escalão em que não se verifica uma maioria clara que escolhe passar 2 noites em média por viagem, e em que a percentagem de indivíduos que passam mais de 5 noites está abaixo dos 5%. Podemos, no entanto, verificar

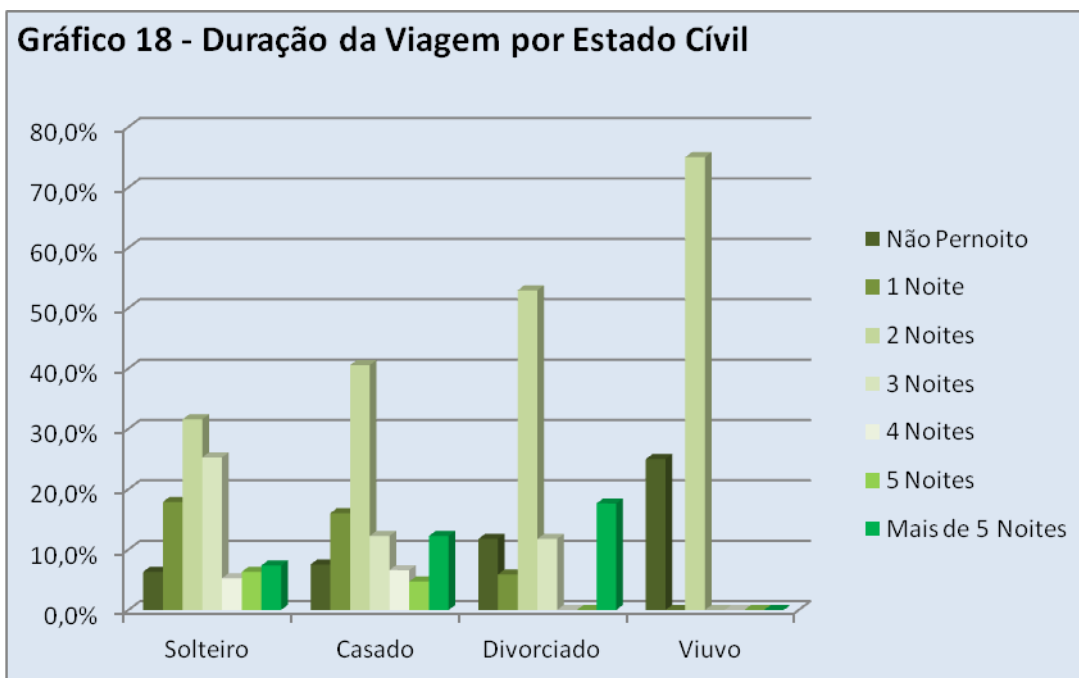
uma tendência comum a todos escalões, que se prende com o crescimento da representatividade, dentro dos escalões, dos indivíduos que não pernoitam para os indivíduos que ficam uma noite e dos indivíduos que ficam uma noite para os indivíduos que ficam duas noites. Nos três escalões referentes às idades mais avançadas verifica-se ainda a tendência na diminuição do número de indivíduos que fica 3 noites para os indivíduos em relação aos indivíduos que ficam 2 noites.

No segundo, terceiro e quarto escalões verifica-se uma clara predominância de sujeitos que escolhem passar 2 noites representando estes 39%, 36,1% e 49,1% de cada escalão, respectivamente. No segundo escalão temos ainda que 6,8% dos sujeitos não pernoita, 13,6% prefere ficar apenas uma noite por viagem, 15,3% fica 3 noites por viagem, 8,5% fica 4 noites, apenas 3,4% fica 5 noites e 13,6% fica mais de 5 noites por viagem.

O escalão que corresponde aos indivíduos entre 51 e 76 anos de idade é bastante idêntico ao segundo escalão, correspondente ao grupo de indivíduos entre os 26 e os 36 anos. Como podemos constatar no gráfico 17, verificamos em ambos os casos um aumento do número do grupo de indivíduos que não pernoitam (5,7% no quarto escalão) para o grupo de indivíduos que passam uma noite (11,3%) e, novo aumento deste grupo para o grupo de indivíduos que passam 2 noites, registando-se imediatamente uma quebra para o grupo de indivíduos que escolhem passar 3 noites por viagem (13,2%). Segue-se nova quebra para o grupo de indivíduos que passa 4 noites (7,5%) não havendo qualquer indivíduo na amostra, no quarto escalão, que passe 5 noites por viagem. Temos, no final 13,2% da amostra referente ao quarto escalão etário, que escolhe pernoitar mais de 5 noites por viagem.

No terceiro escalão, correspondente a indivíduos dos 37 aos 50 anos de idade, verificamos que 9,8% dos inquiridos não pernoita, sendo que 19,7% passa uma noite, 36,1% passa duas noites, 14,8% passa 3 noites, apenas 3,3% passa 4 noites, 6,6% passa 5 noites, e 9,8% passa mais de 5 noites por viagem à Natureza. Não se verificam no entanto diferenças significativas nos 3 escalões mais avançados, mas podemos concluir desta análise uma mais predisposição dos jovens a pernoitar entre 2 a 3 noites por viagem. É de resto

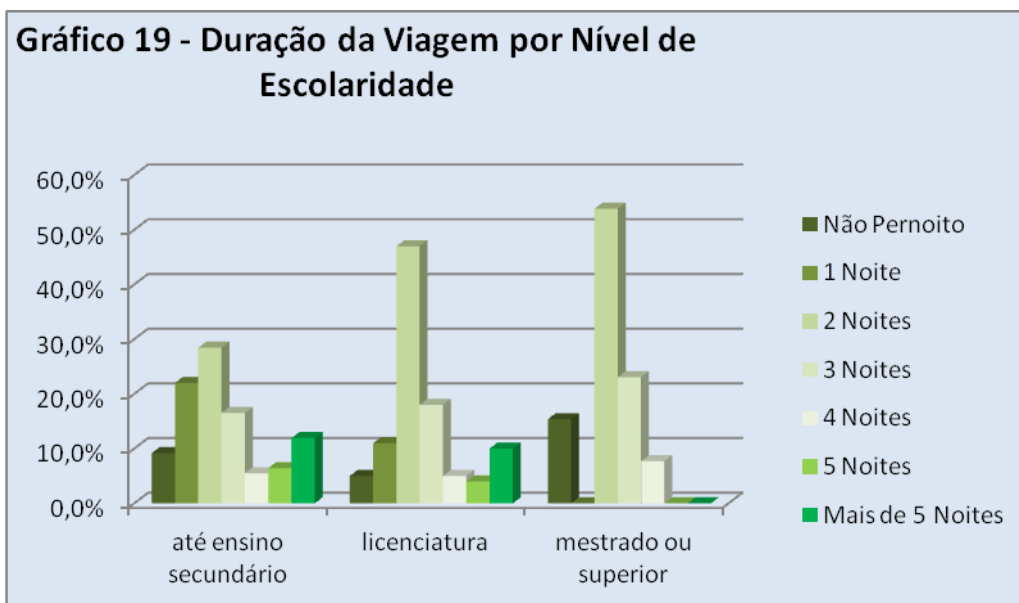
nos escalões mais avançados que verificamos o aumento da representatividade de indivíduos que passam mais de 5 noites por viagem, dado importante do ponto de vista da oferta turística.



Ao analisarmos o Gráfico 18, referente ao número de noites que os sujeitos inquiridos passam por viagem à natureza por estado civil, verificamos uma vez mais que, para todos os grupos, a preferência mantém-se nas 2 noites, embora seja perfeitamente notório que as diferenças se esbatam mais nos indivíduos solteiros. Temos assim que 31,6% dos indivíduos solteiros preferem passar 2 noites por viagem. Apenas 6,3% dos sujeitos deste grupo escolhem não pernoitar, enquanto 17,9% prefere ficar uma noite, 25,3% fica três noites, 5,3% fica quatro noites, 6,3% cinco noites e 7,4% mais de cinco noites.

Nos indivíduos casados verificamos uma maior preponderância de sujeitos que escolhem pernoitar 2 noites, fixando-se nos 40,6%. Regista-se uma diminuição na percentagem de indivíduos que pernoitam 1 noite (16%), 3 noites (12,3%), e 5 noites (4,7%), aumentando a percentagem de indivíduos que não pernoitam (7,5%), de indivíduos que passam 2 noites, 4 noites (6,6%), e, registando-se uma subida mais significativa dos indivíduos que passam mais de 5 noites (12,3%).

Relativamente ao grupo de indivíduos divorciados, embora a sua representatividade na amostra global seja relativamente baixa, é importante realçar que 52,9% escolhe pernoitar 2 noites seguindo-se o conjunto de sujeitos que passam mais de 5 noites por viagem, representando 17,6% da amostra. Sobre os indivíduos viúvos, ainda menos representados na amostra global, de referir que 75% escolhe pernoitar 2 noites enquanto os restantes 25% não pernitam.



Na análise do Gráfico 19 referente ao número de noites que os inquiridos passam por viagem a destinos de Natureza por nível de escolaridade voltamos a constatar a prevalência, para todos os níveis académicos, de indivíduos que preferem passar duas noites.

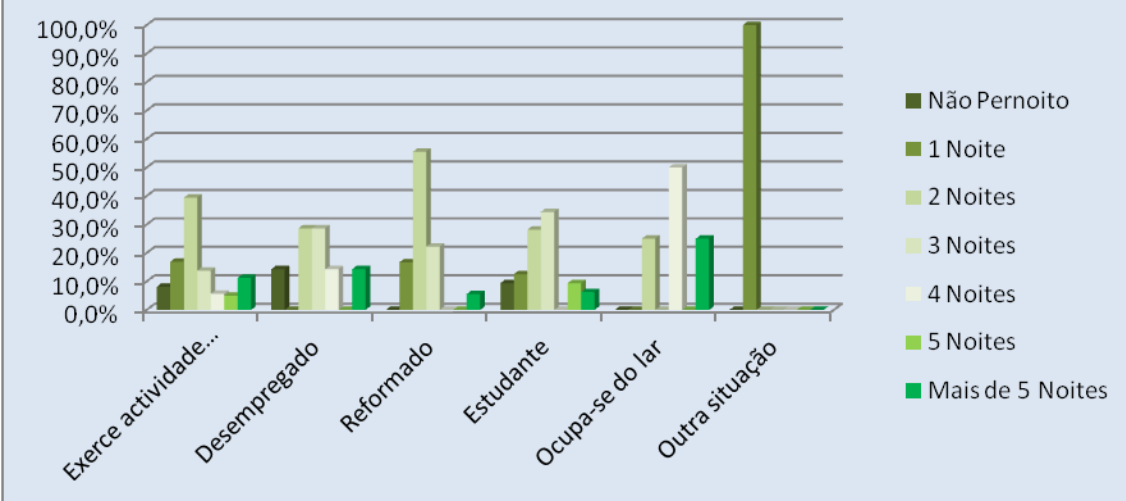
No entanto, no caso do grupo de indivíduos com estudos até ao ensino secundários as diferenças estão mais esbatidas, assim como acontece no grupo de indivíduos solteiros relativamente aos indivíduos casados e divorciados no Gráfico 18.

Temos assim que 28,4% dos sujeitos neste grupo passam 2 noites por viagem, 22% passam 1 noite e 16,5% preferem passar 3 noites. Depois apenas 9,2% não pernoita, 5,5% passa 4 noites, 6,4% passa 5 noites, e 11,9% passa mais de 5 noites por viagem.

No grupo de indivíduos com bacharelato ou licenciatura verificamos um aumento da representatividade dos indivíduos que pernoitam 2 noites (47%) e dos indivíduos que pernoitam 3 noites (18%). Regista-se uma queda da percentagem de indivíduos que não pernoitam (5%), dos indivíduos que passam 1 noite (11%), 4 noites (5%), 5 noites (4%) e mais de 5 noites (10%).

Embora, como já vimos, os sujeitos com grau académico de mestrado ou doutoramento representem uma parte muito pequena da amostra global, torna-se importante referir que é o grupo que apresenta a maior percentagem de indivíduos que não pernoitam durante as suas viagens à natureza (15,4%). Este valor encontra-se ainda bastante abaixo do valor que diz respeito ao conjunto de indivíduos que escolhe passar 2 noites durante cada viagem (53,8%). Temos ainda que 23,1% dos inquiridos neste grupo passa por norma 3 noites por viagem e apenas 7,7% passa 4 noites. Outro dado importante prende-se com o facto de não fazerem parte da amostra indivíduos com graus académicos avançados que pernoitem durante 5 ou mais noites.

Gráfico 20 - Duração da Viagem por Situação Profissional

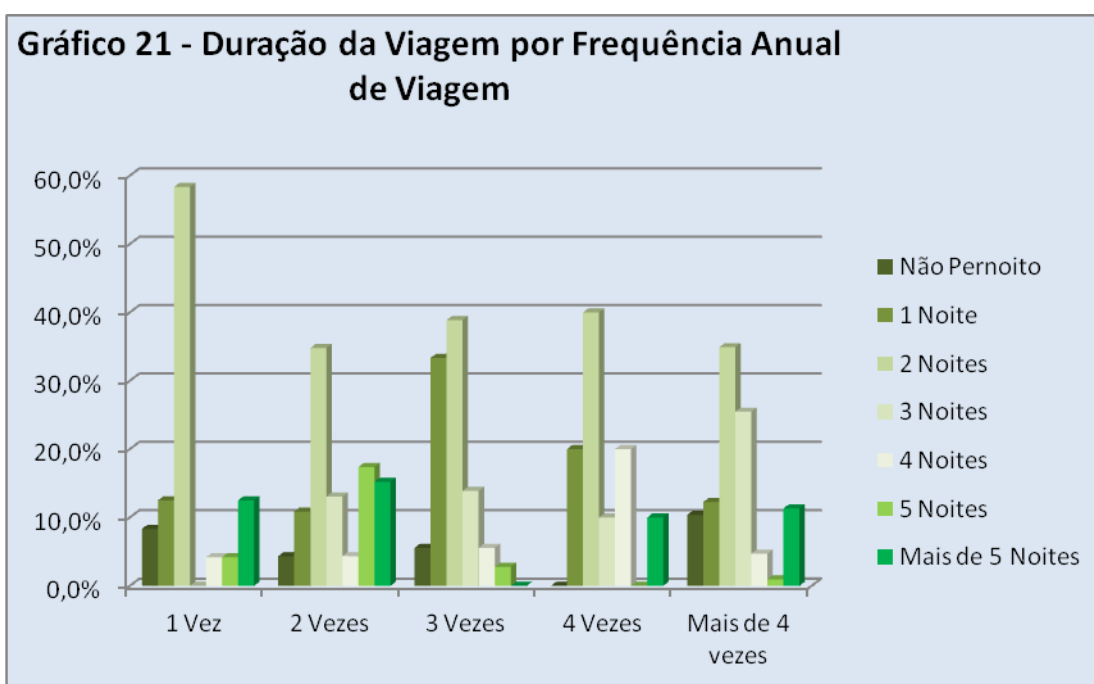


Decompondo o número de noites que os sujeitos passam por viagem por situação profissional, demonstrado no Gráfico 20, verificamos, no grupo de indivíduos que exercem actividade profissional, assim como no grupo de reformados, uma preferência clara para pernoitar 2 noites, representando este núcleo 39,4% e 55,6% de cada grupo, respectivamente. Verificamos ainda que é no grupo de indivíduos desempregados que temos a maior percentagem de

sujeitos que não pernoitam (14,3% do grupo). Verificamos igualmente neste grupo uma igualdade em termos de preferência pelas 2 noites e pelas 3 noites (28,6%).

Relativamente aos indivíduos estudantes, constatamos uma maior tendência para passar 3 noites por viagem (34,4%), ao contrário dos grupos relativos aos indivíduos em situação de desemprego, em actividade profissional, e em situação de reforma, onde a tendência é passar 2 noites. Temos ainda que neste conjunto 28,1% da amostra pernoita por norma 2 vezes por viagem, 12,5% apenas uma, e 9,4% não pernoita.

Podemos ainda constatar que é no grupo referente aos indivíduos desempregados que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que passam mais de 5 noites por viagem, 14,3%, embora este valor seja representativo de apenas 0,5% da amostra global. Segue-se o conjunto que se encontra profissionalmente activo com 11,3% representando 8,1% da amostra total.

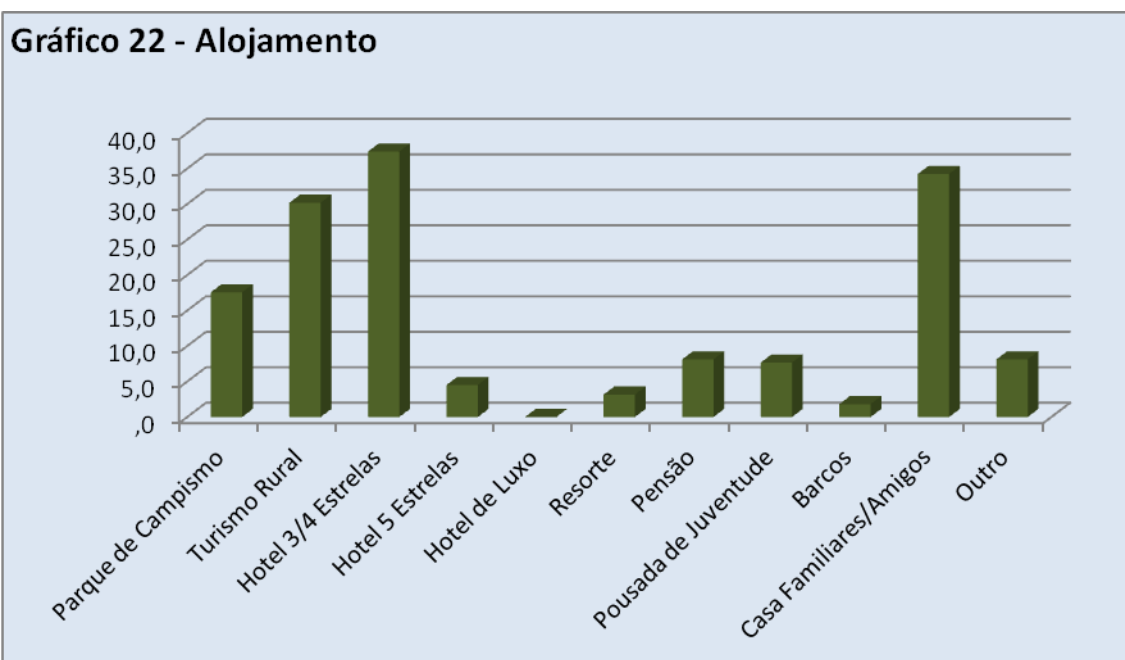


Analisando o número de noites por viagens anuais, presente no Gráfico 21, não verificamos uma tendência clara de diminuição do número de noites à medida que aumenta o número de viagens. Para os sujeitos que viajam apenas uma vez por ano, é visível a tendência a passar apenas 2 noites por viagem

(58,3%). Embora essa preferência se mantenha nos restantes conjuntos, é visivelmente mais baixa, quedando-se pelos 34,8% para quem viaja 2 vezes por anos, 38,9% para quem viaja 3 vezes por ano, 40% para os que viajam 4 vezes por ano, e 34,9% para os que viajam mais de 4 vezes por ano.

Podemos aqui também verificar que é no grupo de indivíduos que viajam 2 vezes por ano que se verifica uma apetência para passar mais noites nos locais escolhidos. Temos assim que, neste grupo, 13% prefere passar 3 noites, 4,3% 4 noites, 17,4% 5 noites e 15,2% escolhe passar mais de 5 noites por viagem, enquanto apenas 4,3% do grupo não pernoita e 10,9% passa por norma 1 noite cada vez que viaja para destinos de Natureza.

Igualmente importante realçar a elevada percentagem de indivíduos que viaja mais de 4 vezes por ano para a Natureza e que prolonga a sua estadia por 2 noites (34,9%), 3 noites (25,5%) e mais de 5 noites (11,3%).



Embora seja notória a elevada propensão para o Turismo Rural na região interior este alentejana, e em especial, considerando os Municípios que englobam a Albufeira do Alqueva, verificamos uma preferência, por parte de quem visita a região, a pernoitar em Hotéis de 3 e 4 Estrelas. Temos assim que 37,4% dos inquiridos escolhem pernoitar em Hotéis de 3 e 4 Estrelas enquanto apenas 30,2% diz preferir alojamentos de Turismo Rural. Torna-se aqui

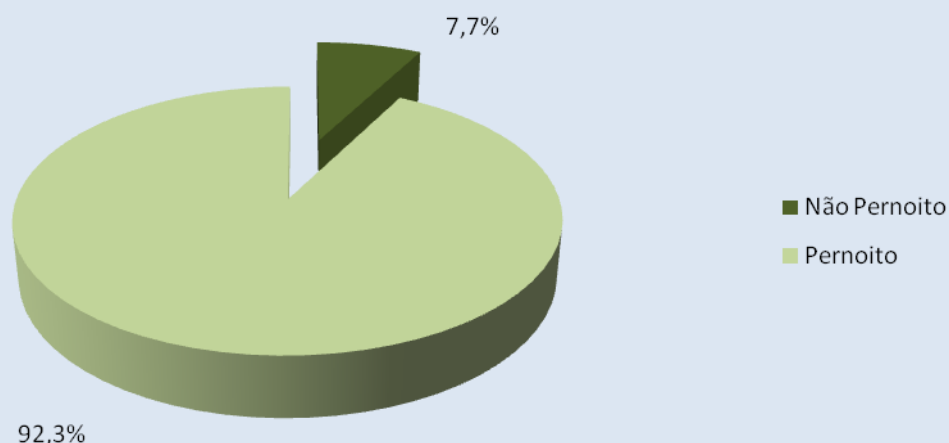
importante referir que um indivíduo pode demonstrar mais do que uma preferência.

Embora ao longo de toda a albufeira encontremos apenas um Parque de Campismo, constatamos que 17,6% dos visitantes da Região do Alqueva dá preferência ao campismo aquando das suas viagens a destinos de Natureza. Dada a extensão e as condições geográfica que apresenta a região, este pode tratar-se de uma excelente oportunidade de investimento e de divulgação para o Turismo no Alentejo.

Vamos ainda ter que 34,2% dos inquiridos fica em casa de familiares ou amigos quando viaja para zonas naturais. É importante referir que este valor engloba não só o conjunto de indivíduos que têm familiares a viver em zonas naturais como também quem aluga casa a amigos, pessoas que regressam à casa onde nasceram e passaram a juventude, entre outras situações.

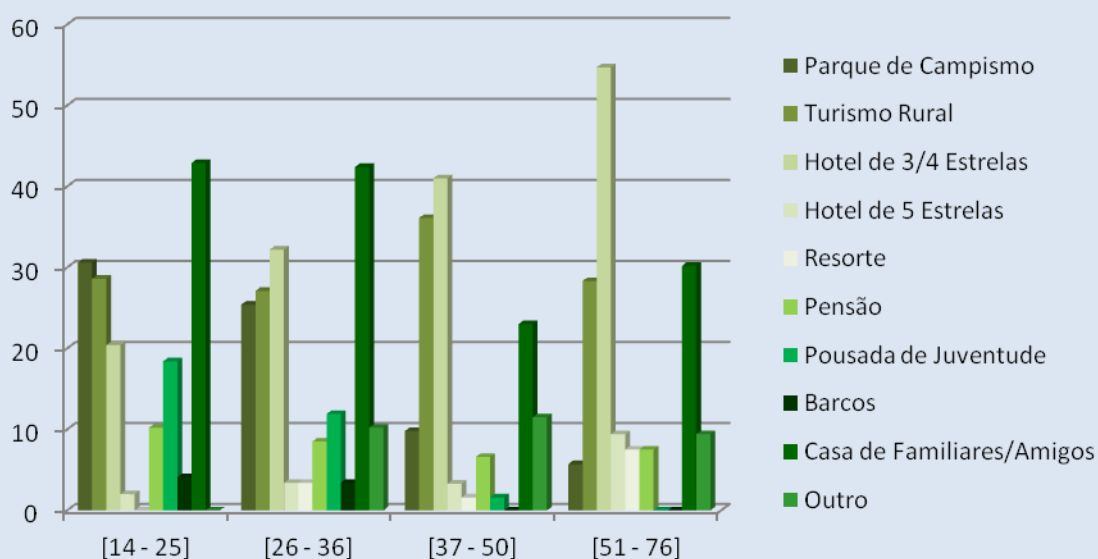
Temos também que apenas 4,5% da amostra demonstra preferência por Hotéis de 5 Estrelas; 8,1% dá preferência a Pensões; 7,7% diz pernoitar em Pousadas de Juventude; 1,8% escolhe Barcos como local para passar as noites aquando de viagens à Natureza; e apenas 3,2% dá preferência a Resortes. Este dado torna-se importante dado o elevado investimento que tem sido feito nos últimos anos em Resortes no Alentejo. Embora grande parte desse investimento esteja concentrado ao longo da Costa Vicentina e mais para o Litoral Sul, nota-se, na amostra, uma clara preferência por outras soluções mais económicas como Hotel de 3 e 4 Estrelas e Alojamentos de Turismo Rural.

Gráfico 23 - Duração da Viagem



De referir que da amostra global apenas 7,7% diz não pernoita aquando das suas viagens a destinos de Natureza, como demonstra o Gráfico 23.

Gráfico 24 - Alojamento por Escalão Etário



Analisando a decomposição das preferências relativamente aos alojamentos aquando de viagens para zonas naturais por escalão etário, podemos verificar desde logo, um aumento da preponderância de alojamentos que proporcionam mais conforto e mais comodidade, dos escalões mais jovens para os mais idosos. Podemos concluir desde logo, analisando o Gráfico 24, que quanto maior a idade melhores as condições requeridas pelos visitantes.

Vejam os exemplos do Parque de Campismo cuja preeminência passa de 30,6% no escalão mais jovem para 25,4% no segundo escalão. No terceiro e quarto escalões vai reunir apenas 9,8 e 5,7% das preferências, respectivamente. Também nas Pousadas de Juventude e nos Barcos podemos verificar a mesma tendência passando de 18,4% para 11,9% e de 4,1% para 3,4%, do primeiro para o segundo escalão, respectivamente. No terceiro e quarto escalões já não vamos encontrar qualquer preferência por Barcos enquanto as Pousadas de Juventude apenas captam 1,6% dos indivíduos com idades entre os 37 e os 50 anos, não havendo qualquer sujeito do escalão mais avançado que pernoite neste tipo de estabelecimento hoteleiro.

A tendência contrária verifica-se nos Hotéis de 3 e 4 estrelas, Hotéis de 5 estrelas e Resortes, mas enquanto o primeiro cresce gradualmente do escalão mais jovem até ao escalão mais avançado, os Resortes registam uma ligeira quebra do segundo escalão para o terceiro, enquanto os Hotéis de 5 estrelas se mantêm constantes neste intervalo. Temos assim que no escalão referente aos sujeitos mais jovens, os Hotéis de 3 e 4 estrelas reúnem 20,4% das preferências, sendo que este valor sobe no segundo escalão para 32,2%. No terceiro escalão a percentagem de indivíduos que pernoita neste tipo de empreendimento hoteleiro é de 41%, englobando, no escalão referente à população mais idosa, 54,7% dos inquiridos.

Relativamente aos Hotéis de 5 estrelas, temos apenas 2% da amostra referente ao primeiro escalão que elege este tipo de unidade hoteleira como local de preferência para pernoitar. No segundo e terceiro escalões esta percentagem sobe para 3,3%, subindo para 9,4% no quarto escalão. Relativamente aos Resortes, podemos constatar que não reúne qualquer preferência no primeiro escalão, sendo que apenas 3,4% no segundo e 1,6% no terceiro escalões escolhem este tipo de alojamento para passar a noite aquando das suas viagens à Natureza. No quarto escalão esta percentagem sobe para 7,5% da amostra.

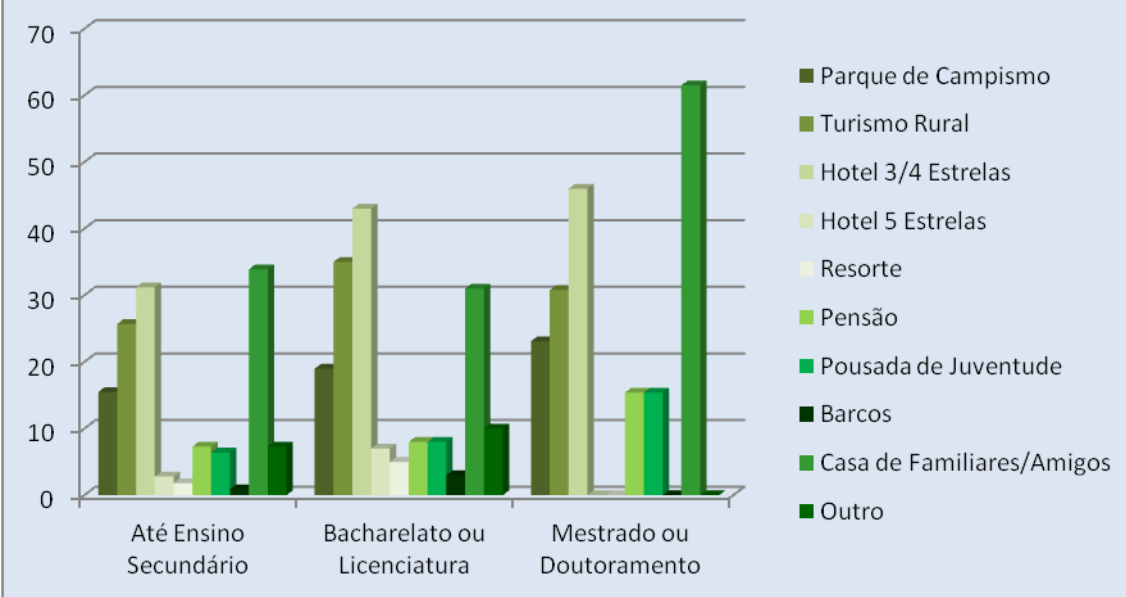
Os alojamentos de Turismo Rural, bastante comuns na região, agregam mais preferências no terceiro escalão, constituindo mesmo o segundo local de eleição para pernoitar seguindo os Hotéis de 3 e 4 estrelas com uma

percentagem que reúne 36,4% da amostra referente a este escalão. Ainda assim podemos constatar que mais $\frac{1}{4}$ da amostra referente a cada um dos escalões diz dar preferência a estabelecimentos de Turismo Rural aquando das suas viagens para zonas de Paisagem Natural. Temos assim que 28,6% dos indivíduos do primeiro escalão dizem preferir Alojamentos de Turismo Rural. No segundo escalão essa percentagem cai para os 27,1%, voltando a subir, como já foi visto, no terceiro escalão, e, quedando por 28,3% no escalão referente aos indivíduos com idades mais avançadas.

Já o facto das casas de familiares ou amigos reunirem a maioria das preferências nos dois escalões mais jovens é extremamente interessante e pode, entre outros factores, ser explicado pelo facto dos questionários terem sido efectuados durante períodos de férias e fins-de-semana, altura em que, por norma, a população mais jovem que exerce actividade profissional ou estuda em grandes centros urbanos, regressa para visitar família ou para descomprimir em zonas Rurais e Paisagens Naturais.

Este argumento ganha peso ao verificarmos que grande parte dos indivíduos que referem outra situação, declaram, uma parte considerável, pernoitar em casa própria ou casa alugada, o que explica o facto de no primeiro escalão não encontramos nenhum caso que refira outra situação. Temos assim que no primeiro escalão 42,9% diz preferir casa de familiares ou amigos como alojamento para as suas viagens à Natureza. No segundo escalão este valor mantêm-se elevado correspondendo a 42,4% da amostra do escalão. No terceiro e quarto escalões esta percentagem desce para os 23% e 30,2%, respectivamente.

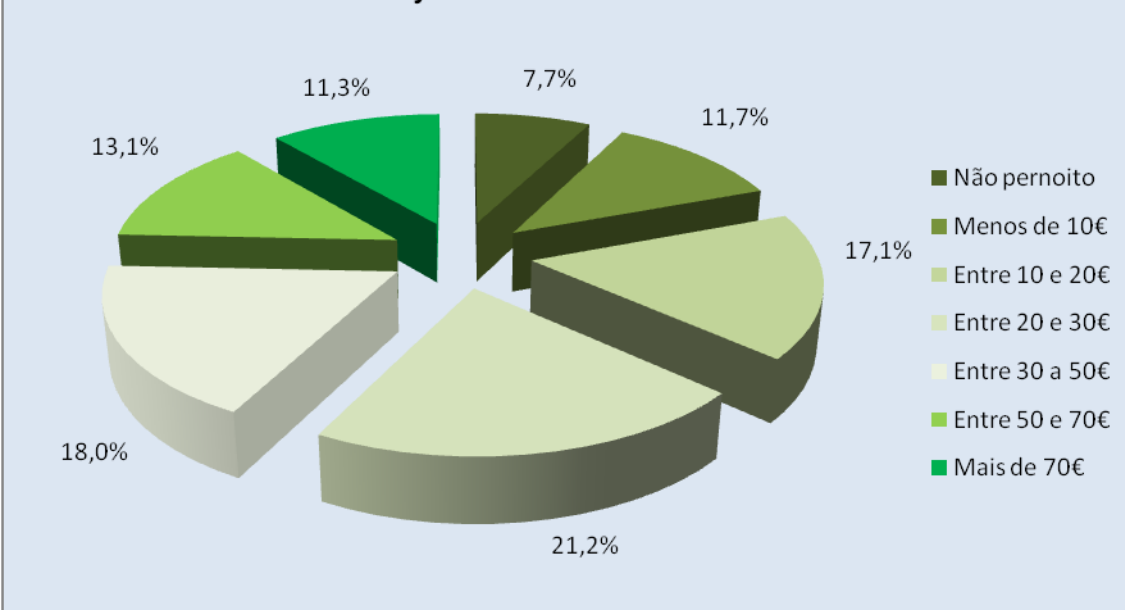
Gráfico 25 - Alojamento por Nível de Escolaridade



Comparando os grupos compostos por indivíduos com diferentes níveis de escolaridade, verificamos não existirem diferenças significativas entre os diferentes graus académicos, como é visível pela análise do Gráfico 25. De facto, verificamos as mesmas tendências, independentemente do grau académico, variando apenas nas proporções.

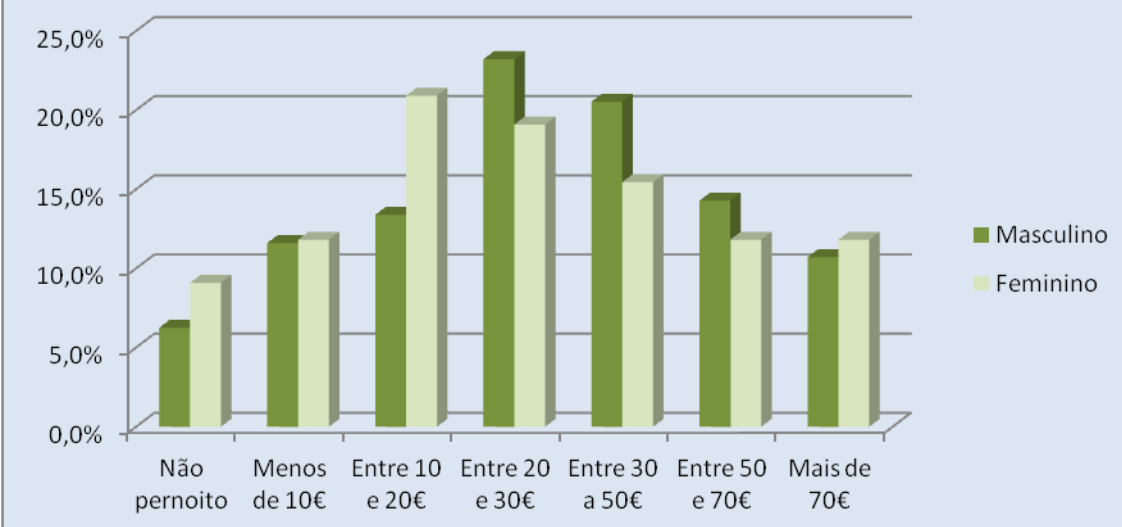
Para todos os níveis de escolaridade verifica-se um crescimento na proporção de indivíduos que preferem Alojamentos de Turismo Rural para aqueles que preferem Parques de Campismo, sendo ainda superior o número de indivíduos que escolhem hotéis de 3 e 4 estrelas. Verifica-se depois uma quebra na percentagem de indivíduos que escolhem Hotéis de 5 estrelas e nova quebra para o conjunto que escolhe Resortes, sendo que no grupo que corresponde aos indivíduos com grau académico mais elevado não encontramos qualquer preferência por Hotéis de 5 estrelas ou Resortes. Temos nova subida ligeira no número de sujeitos que escolhem pensões e pousadas de juventude, sendo mais à frente visível uma elevada preponderância dos indivíduos que escolhem pernoitar em casa de familiares ou amigos. Esta opção ganha mais protagonismo no grupo de indivíduos com um nível de escolaridade até ao ensino secundário e no grupo de indivíduos com mestrado ou doutoramento.

Gráfico 26 - Gastos em alojamento



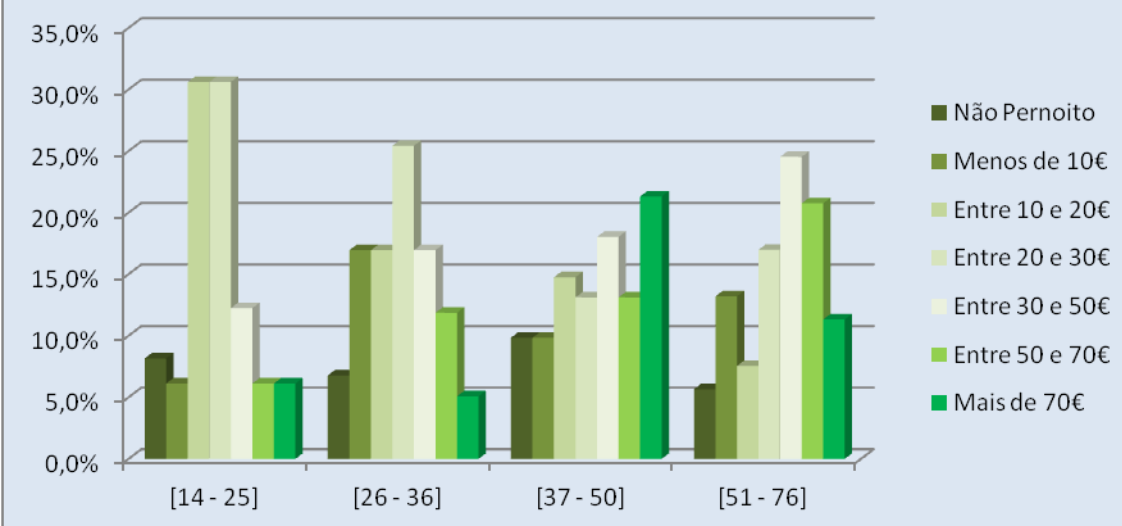
O Gráfico 26 demonstra-nos quanto gasta, por norma, cada indivíduo por noite, em alojamento. Como já vimos atrás 7,7% dos inquiridos não pernoitam. Temos depois que 11,7% gasta menos de 10€ por noite. De referir que aqui estão incluídos os indivíduos que não gastam dinheiro com alojamento, como por exemplo indivíduos com casa própria, indivíduos que viajam para casa de familiares ou amigos entre outros exemplos. Depois 17,1% da amostra gasta entre 10 e 20€ e 21,2%, que representa a percentagem mais elevada, gasta entre 20 e 30€ por noite. Vemos ainda que 18% gasta ente 30 a 50€ por noite, 13,1% entre 50 e 70€ e 11,3% da amostra confirma gastar mais de 70€ por noite em alojamento.

Gráfico 27 - Gastos em Alojamento por Género



Analisando o Gráfico 27 observamos que é entre as mulheres que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos a gastar mais de 70€ por noite em alojamento. No entanto, verificamos que são os homens quem mais gasta entre 20 e 70€ por noite voltando a verificar-se uma predominância das mulheres relativamente a valores até os 20€.

Gráfico 28 - Gastos em Alojamento por Escalão Etário



O Gráfico 28, referente aos gastos em alojamento por noite por escalão etário, mostra-nos uma tendência no crescimento dos gastos à medida que o escalão etário avança. Vemos que no escalão mais jovem 30,6% dos inquiridos diz gastar entre 10 e 20€ sendo igualmente esta a percentagem dos indivíduos

que gastam entre 20 a 30€ por noite. Apenas 6,1% dos indivíduos presentes neste escalão gasta menos de 10€ por noite, sendo também esta a proporção de sujeitos gasta entre 50 e 70€ por noite e mais de 70€ por noite, respectivamente. Apenas 12,2% da amostra deste escalão gasta entre 30 a 50€ por noite.

No segundo escalão temos 25,4% dos inquiridos a gastar entre 20 e 30€ por noite em alojamento. Seguem-se as parcelas entre 0 e 10€, entre 10 e 20€, e entre 30 a 50€ cada uma delas representando 16,9% da amostra do escalão. Temos depois 11,9% que diz gastar entre 50 e 70€ por noite sendo que apenas 5,1% gasta mais de 70€ por noite em alojamento.

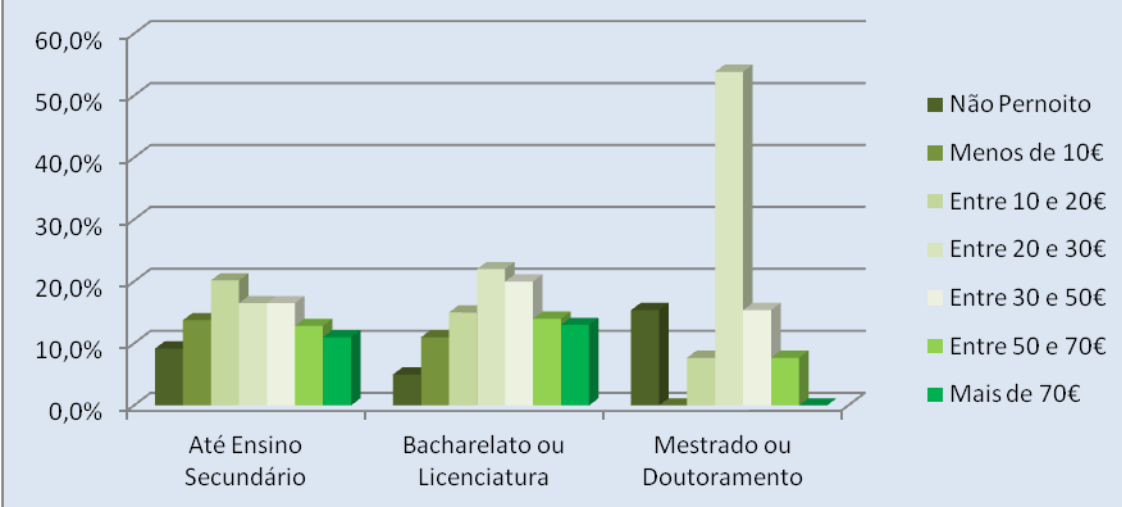
O terceiro escalão é o que apresenta maior percentagem de indivíduos que não pernoitam (9,8%), sendo igualmente o escalão com a percentagem mais elevada de indivíduos a gastar mais de 70€ por noite em alojamento (21,3%).

Este facto poderá explicar-se eventualmente pelo facto de ser um escalão que engloba um grande grupo de indivíduos no auge das suas carreiras profissionais, auferindo bons salários, e com condições de vida suficientemente confortáveis para aproveitar os momentos de descanso e de férias de forma mais luxuosa.

Temos depois que 9,8% dos sujeitos gasta menos de 10€ por noite em alojamento, 14,8% gasta entre 10 e 20€, 13,1% gasta entre 20 e 30€, 18% gasta entre 30 e 50€, e 13,1% gasta por noite em alojamento entre 50 e 70€.

No escalão etário que diz respeito aos indivíduos mais idosos temos que 24,5% gastam entre 30 e 50€ por noite em alojamento, sendo que apenas 7,5% gasta entre 10 e 20€, e 17% entre 20 e 30€. Este é o escalão com a menor percentagem de indivíduos que não pernoitam quedando-se pelos 5,7%. Depois 13,2% dos indivíduos gasta menos de 10€ por noite, 20,8% gasta entre 50 a 70€ (é o escalão onde este valor é o mais elevado), e, 11,3% gasta mais de 70€ por noite em alojamento quando viaja para destinos de Natureza.

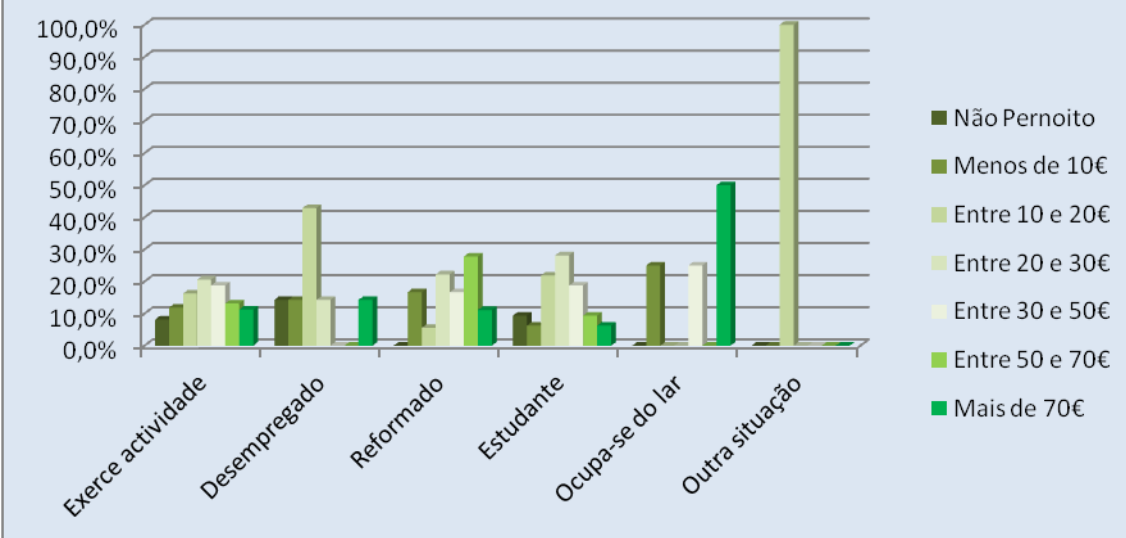
Gráfico 29 - Gastos em Alojamento por Nível de Escolaridade



Analisando o Gráfico 29 referente aos gastos em alojamento por noite por nível de escolaridade constatamos que não se verificam diferenças significativas entre os indivíduos com estudos até ao ensino secundário e os indivíduos com bacharelato ou licenciatura.

Verifica-se, no entanto, uma ligeira tendência para gastar mais do primeiro para o segundo grupo. É ainda no grupo dos indivíduos licenciados que se regista a percentagem mais baixa de indivíduos que não pernoitam (5%) e a percentagem mais elevada de indivíduos que gastam mais de 70€ em alojamento por noite (13%). O grupo dos indivíduos com mestrado e doutoramento, pese a baixa representatividade na amostra global, é aquele com maior percentagem de indivíduos que não pernoitam (15,4%), e de indivíduos a gastar entre 20 e 30€ por noite (53,8%).

Gráfico 30 - Gastos em Alojamento por Situação Profissional



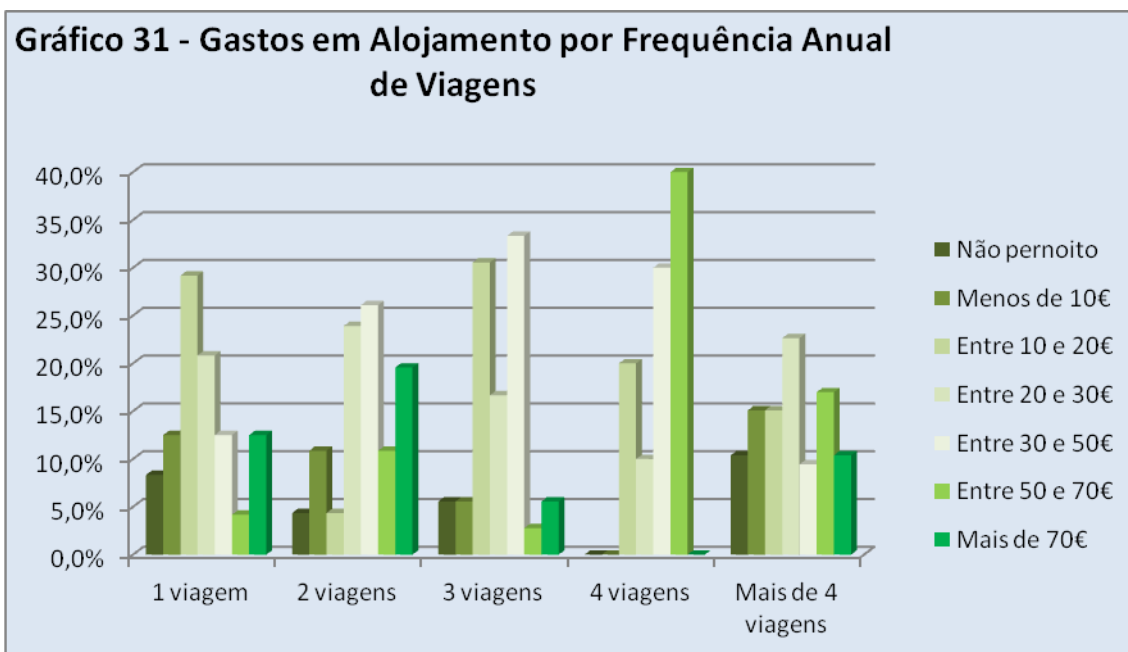
Decompondo os gastos em alojamento por situação profissional verificamos uma ligeira tendência do grupo de indivíduos reformados para gastar mais. Temos assim que neste grupo, 16,7% dos inquiridos gasta menos de 10€, apenas 5,6% gasta entre 10 e 20€, 22,2% gasta entre 20 e 30€ por noite em alojamento, e 16,7% gasta entre 30 e 50€. Temos depois que 27,8% dos indivíduos reformados gasta entre 50 e 70€ por noite em alojamento e apenas 11,1% gasta mais de 70€ por noite.

No conjunto que mantém actividade profissional predominam os indivíduos que gastam entre 20 e 30€ por noite em alojamento representando 20,6% da amostra. Por ordem decrescente de preponderância temos depois 18,8% a gastar entre 30 e 50€, 16,3% gasta entre 10 e 20€, 13,1% gasta entre 50 e 70€, 11,9% gasta menos de 10€, e 11,3% gasta mais de 70€. Neste grupo 8,1% dos inquiridos não pernoita.

Podemos ainda verificar no grupo de indivíduos desempregados uma maior tendência para gastar menos em alojamento com 42,9% a gastar entre 10 e 20€, e havendo um indivíduo, nesta amostra, a gastar menos de 10€, um indivíduo a gastar entre 20 e 30€, e um indivíduo a gastar mais de 70€.

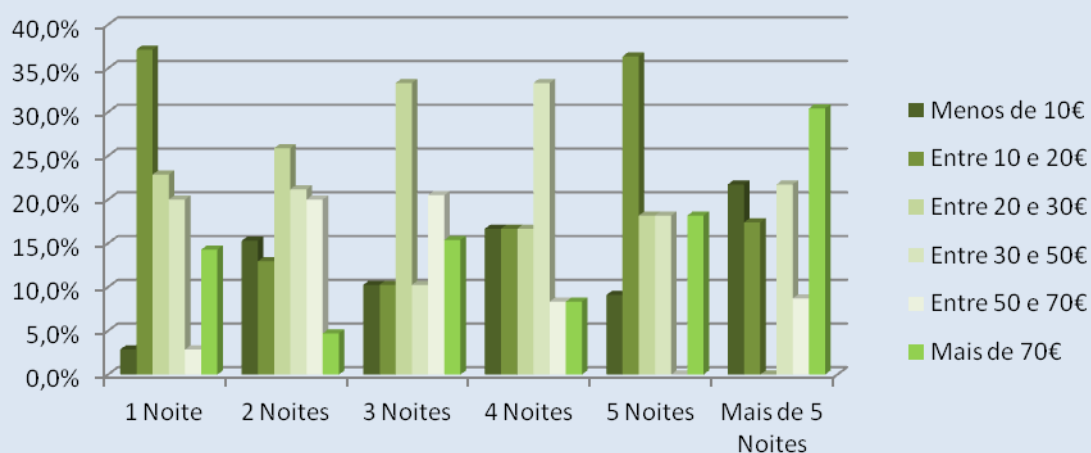
No que diz respeito ao conjunto de sujeitos estudantes, constatamos uma elevada propensão para gastar entre 10 e 50€. É igualmente nesta classe

profissional que encontramos a menor percentagem de indivíduos a gastar mais de 70€ por noite em alojamento durante as viagens a destinos de Natureza (6,3%). Temos assim que 21,8% dos estudantes gasta entre 10 e 20€, 28,1% gasta entre 20 e 30€, e 18,8% gasta entre 30 e 50€ por noite.



Não é visível, através da análise do gráfico 31, que haja uma relação clara entre o número de viagens por ano e os gastos em alojamento por noite. Importante realçar que é no conjunto de indivíduos que viajam apenas 2 vezes por ano que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que gastam mais de 70€ por noite em alojamento, representando estes 19,6% do conjunto. O grupo onde a proporção dos gastos é mais homogénea é o dos sujeitos que viajam mais de 4 vezes por ano, destacando-se neste grupo os indivíduos que gastam entre 20 e 30€ (22,6% do grupo), e os que gastam entre 50 e 70€ por viagem (17% do grupo). Nos viajantes trianuais 33,3% gasta entre 30 e 50€ e 30,6% gasta entre 10 e 20€ por noite.

Gráfico 32 - Gastos em Alojamento por Duração das Viagens



Decompondo a análise dos gastos em alojamento por noite, por número de noites de estadia por viagem, podemos facilmente identificar alguns padrões úteis na caracterização do consumidor de Turismo de Natureza no Alqueva.

No conjunto de indivíduos que passam mais de 5 noites por viagem verificamos uma preponderância de sujeitos que gastam mais de 70€ por noite em alojamento (30,4%). Partindo do pressuposto que quanto mais elevado o preço maior o nível de conforto podemos concluir que, por norma, quem pernoita mais de 5 noites por viagem gosta de manter um certo nível de conforto à sua volta.

Ao observarmos o Gráfico 33 (em baixo) verificamos que uma percentagem bastante elevada dos sujeitos que escolhe como local de alojamento Hotel de 5 Estrelas e Resortes, pernoita mais de 5 noites. Este dado ajuda-nos a confirmar a hipótese acima apresentada. Concluimos igualmente que, neste grupo, encontramos grandes percentagens concentradas nos extremos.

Como podemos observar através da análise do Gráfico 32, não só vamos ter uma percentagem muito elevada de indivíduos que gastam mais de 70€ por noite em alojamento como vamos igualmente ter uma grande concentração de sujeitos que gastam menos de 10€ e entre 10 e 20€ por noite (21,7% e 17,4% respectivamente). Isto mostra-nos que este grupo, não só

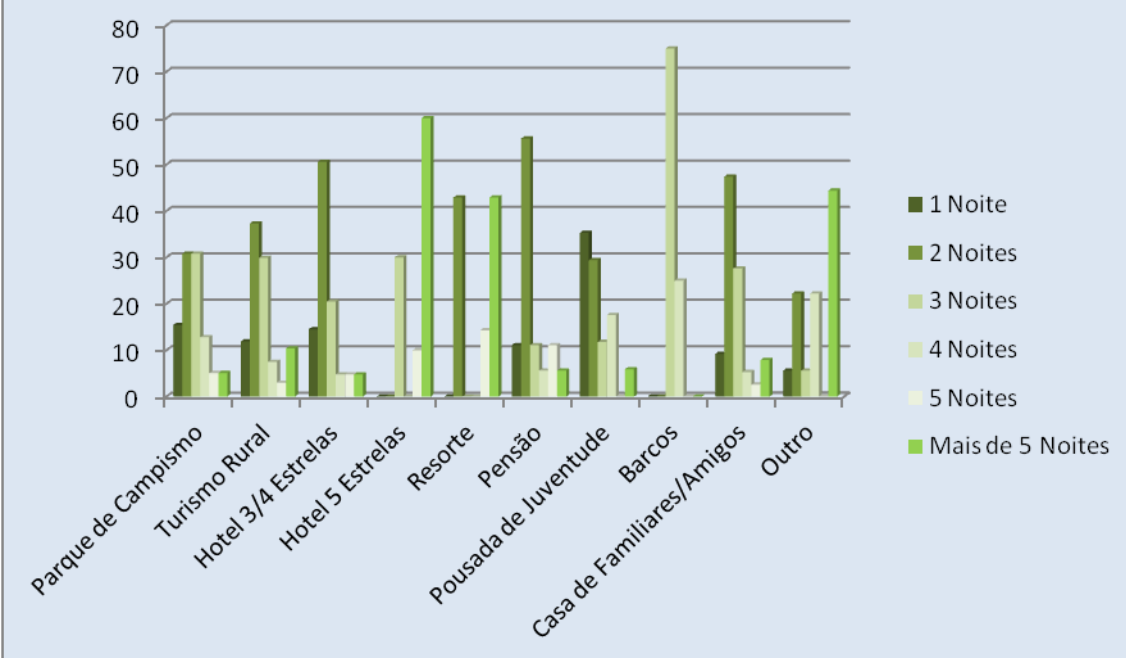
engloba indivíduos que aproveitam o máximo de conforto possível como temos também um grande grupo de sujeitos que, escolhem diminuir os gastos com alojamento ao mínimo possível.

No grupo de indivíduos que passa apenas uma noite por viagem é notória a propensão para a contenção de gastos no que diz respeito ao alojamento. Temos assim que 37,1% dos inquiridos deste grupo dizem gastar entre 10 e 20€ enquanto 22,9% gasta entre 20 e 30€, e 20% gasta entre 30 e 50€ por noite em alojamento. Apenas 14,3% dos indivíduos que passam uma noite por viagem entende valer a pena gastar mais de 70€ em alojamento.

Podemos aqui estabelecer um paralelismo com os indivíduos que passam 5 noites por viagem, que, embora estejam menos representados na amostra global, verificam uma tendência idêntica aos que passam uma noite com uma clara predominância de sujeitos a pagar entre 10 e 20€ (36,4%), seguindo-se os que pagam entre 20 e 30€, entre 30 e 50€ e mais de 70€ (18,2% cada).

Para quem escolhe pernoitar 2 e 3 noites verifica-se uma clara predominância dos indivíduos que pagam entre 20 e 30€, pesando 25,9% e 33,3% em cada um dos conjuntos, respectivamente. Registo ainda para a elevada percentagem de indivíduos que escolhem passar 4 noites por viagem e gastam entre 30 e 50€ por noite (33,3%).

Gráfico 33 - Alojamento por Duração da Viagem



O Gráfico 33 mostra-nos o número de noites que os indivíduos que escolhem determinado tipo de alojamento ficam por viagem. Temos assim que, dos sujeitos que preferem Parques de Campismo para passar a noite, 30,8% fica 2 noites, sendo esta também a percentagem de indivíduos que fica 2 noites. Depois 15,4% fica uma noite, 12,8% fica 4 noites e apenas 5,1% fica 5 noites, sendo esta igualmente a percentagem de sujeitos que ficam mais de 5 noites.

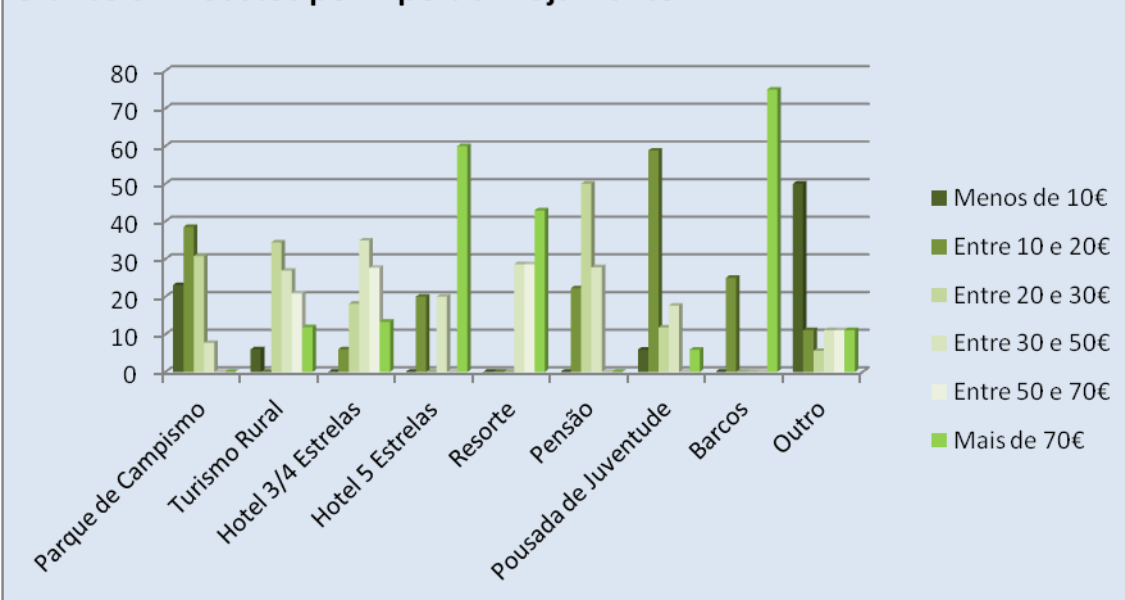
Dos inquiridos que escolhem alojamentos de Turismo Rural como opção para pernoitar nas suas férias, 37,3% passa por norma 2 noites enquanto 29,9% passa 3 noites por viagem. Temos depois 11,9% que passa apenas 1 noites por viagem, 10,4% passa mais de 5 noites, 7,5% passa 4 noites e apenas 3% passa 5 noites.

Dos indivíduos que pernnoitam em Hotéis de 3 e 4 estrelas, 50,6% fica 2 noites enquanto 20,5% passam 3 noites, 14,5% passa apenas uma noite, e 4,8% passa 4 noites, sendo igualmente esta a percentagem de indivíduos que pernnoitam 5 e mais de 5 noites.

Temos depois que 60% dos indivíduos que escolhem Hotel de 5 estrelas fica por norma mais de 5 noites por viagem. Já dos sujeitos que escolhem a

Pensões como local de eleição para pernoitar durante viagens à Natureza, 55,6% passa apenas 2 noites. Verificamos ainda que para os inquiridos que dão preferência a Pousada de Juventude, a estadia de uma noite é a mais popular dentro da amostra (35,3%).

Gráfico 34 - Gastos por Tipo de Alojamento



Quando analisamos os gastos por noite por alojamento, temos que manter presente que cada indivíduo tem mais do que uma preferência. Isto é, a estrutura do questionário prevê que cada indivíduo não escolhe sempre o mesmo tipo de alojamento nas diferentes viagens que faz à Natureza.

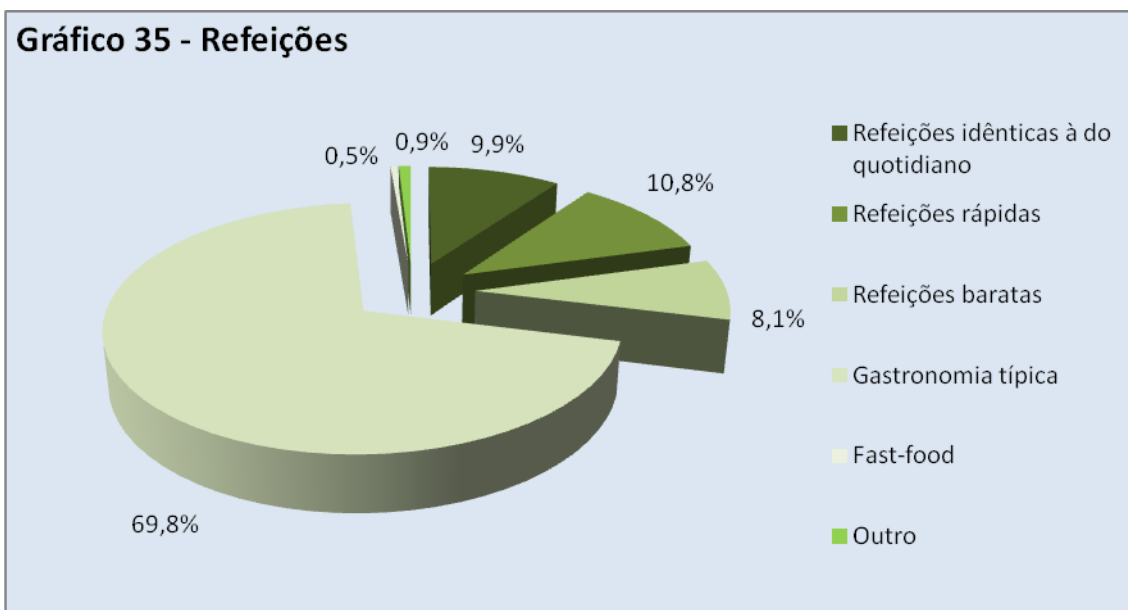
Temos assim que um sujeito que escolha por norma Parques de Campismo e/ou Hotéis de 3 e 4 Estrelas, esteja sujeito a diferentes tabelas de preços. É igualmente sabido que os custos com alojamento também variam sazonalmente. Assim, a questão presente no inquérito pretendia averiguar quanto o indivíduo com determinadas preferências, gasta, em média, por noite, em alojamento, para deste modo podermos associar preferências a escalões de preços.

Vamos ter assim que 38,5% dos indivíduos que escolhem Parques de Campismo gastam entre 10 e 20€ por noite, enquanto 30,8% gasta entre 20 e 30€, 23,1% gasta menos de 10€, e apenas 7,7% gasta entre 30 a 50€. Relembrar que também os Parques de Campismo apresentam diferentes

modalidades para além do campismo propriamente dito, como por exemplo o aluguer de bungalows.

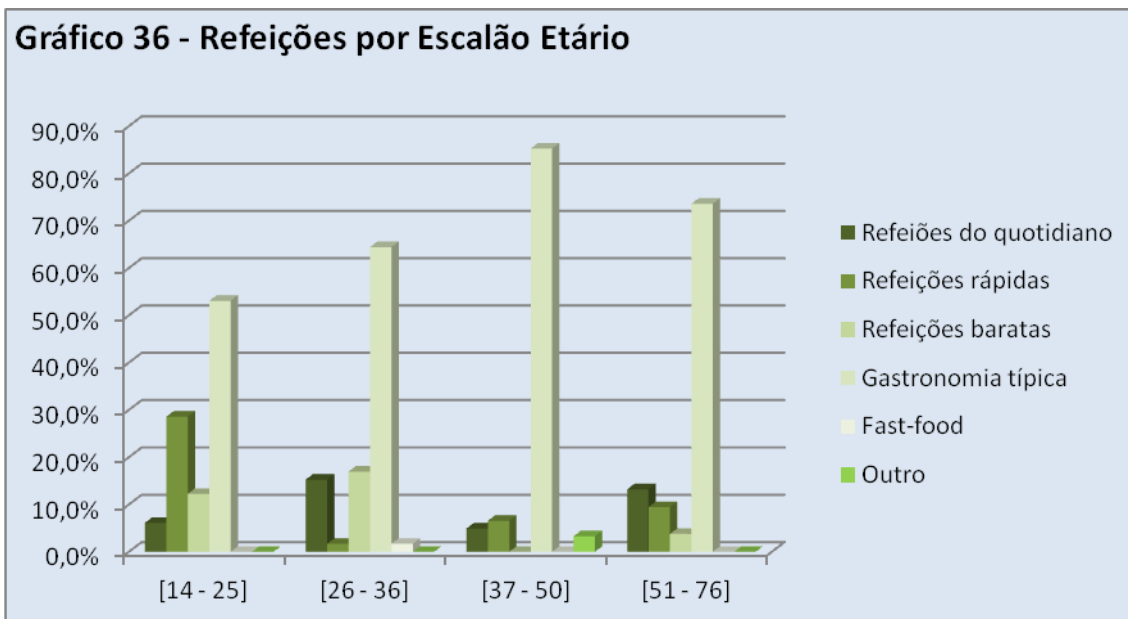
Já no grupo de indivíduos que preferem Alojamentos de Turismo Rural nota-se uma clara subida na propensão para gastar mais em alojamento, sendo que 34,4% da amostra gasta entre 20 e 30€, 26,9% gasta entre 30 e 50€ e 20,9€ gasta entre 50 a 70€ por noite. Apenas 11,9% deste grupo diz gastar mais de 70€ por noite. No entanto, esta percentagem sobe para 13,3% no grupo que prefere Hotéis de 3 e 4 estrelas, 60% para que escolhe Hotéis de 5 estrelas, e 42,9% para o conjunto de indivíduos que escolhe Resortes como local de preferência para pernoitar durante a estadia em locais de Natureza.

É ainda de referir uma tendência crescente de aumento dos custos com alojamento do Turismo Rural para os Hotéis de 3 e 4 estrelas, sendo que neste grupo, apenas 18,1% diz gastar entre 20 e 30€, sendo que 34,9% gasta entre 30 e 50€, e 27,7% entre 50 e 70€.



Podemos verificar, através da análise do Gráfico 35, que mais de dois terços da amostra dão preferência à Gastronomia Típica aquando das suas viagens à Natureza. Conhecida pela aromatização característica, carnes de porco e pelos doces característicos, a Gastronomia Alentejana representa uma oportunidade de dinamização do Turismo no Alentejo. O restante da amostra

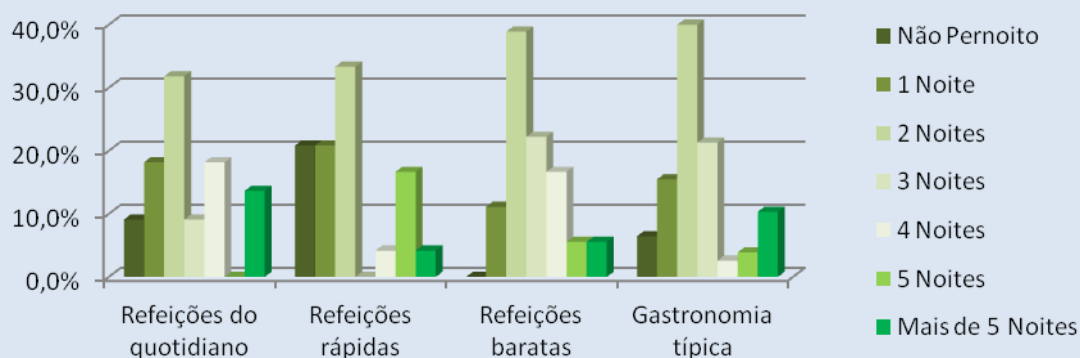
divide-se em 8,1% que dá preferência a refeições baratas, 10,8% que prefere refeições rápidas, e 9,9% que escolhe refeições idênticas às do dia-a-dia.



Relativamente à amostra global, verificamos que as principais diferenças no que diz respeito às preferências em termos de refeições durante as viagens a locais de Natureza se verificam no escalão referente à população mais jovem. Apenas 53,1% dos inquiridos nesta amostra preferem a gastronomia típica. Temos depois que 28,6% escolhe refeições rápidas e 12,2% refeições baratas.

O segundo escalão é o que apresenta maior preocupação em poupar com a alimentação tendo 16,9% da amostra referente a este escalão afirmado preferir refeições baratas. Depois 15,3% prefere refeições idênticas às do quotidiano e 64,4% escolhe gastronomia típica. O terceiro escalão, referente a indivíduos entre os 37 e os 50 anos de idade, é aquele onde se verifica uma maior percentagem de sujeitos que preferem experimentar a gastronomia típica aquando das suas viagens a zonas de paisagem Natural, perfazendo 85,2% da amostra referente a este escalão. No último escalão este valor baixa ligeiramente para os 73,6%.

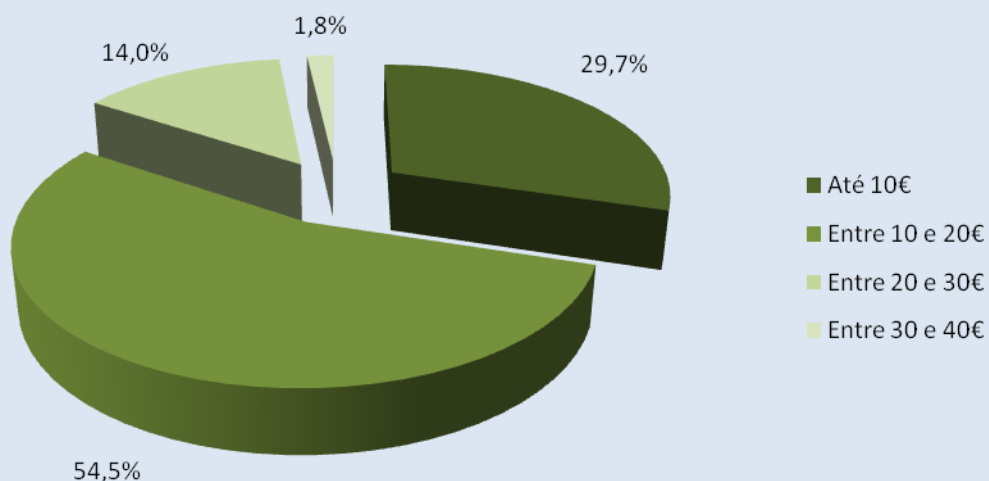
Gráfico 37 - Preferência de Refeições por Duração da Viagem



O Gráfico 37 mostra a relação entre o tipo de refeições que os Turistas escolhem e o número de noites que passam por viagem. Podemos constatar que, em todas as preferências predominam os sujeitos que passam 2 noites.

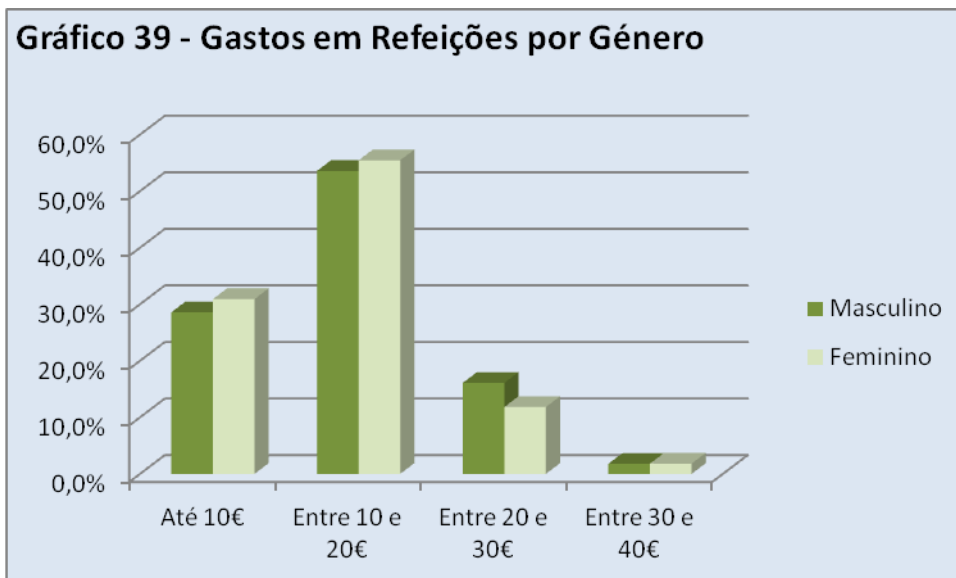
Duas tendências interessantes prendem-se com o facto de se registarem percentagens mais elevadas de indivíduos que passam 4 e mais de 4 noites por viagem no grupo que dá preferência a refeições idênticas às do quotidiano; e com o facto de mais de 40% dos sujeitos que preferem refeições rápidas pernoitarem apenas uma noite por viagem ou não pernoitarem de todo.

Gráfico 38 - Gastos em Refeições



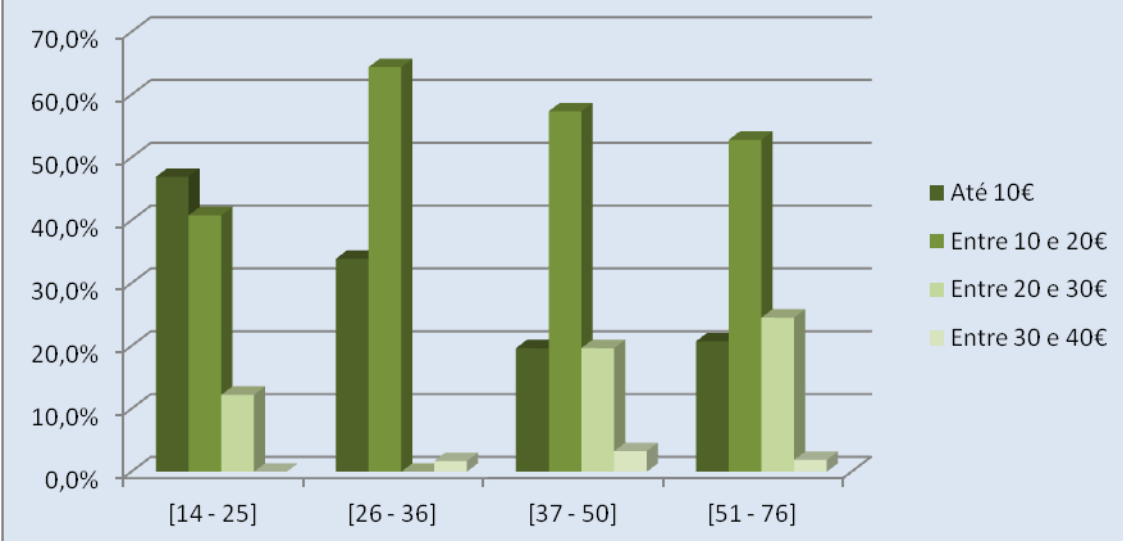
O Gráfico 38 mostra-nos que mais de metade da amostra (54,5%) gasta entre 10 e 20€ por refeição. Temos depois que 29,7% da amostra gasta até

10€ por refeição, 14% gasta entre 20 e 30€, e 1,8% gasta entre 30 e 40€ por refeição.



Observamos pela análise do Gráfico 39 que são os sujeitos do género feminino quem tende a gastar menos por refeição com 30,9% a gastar até 10€, e 55,5% a gastar entre 10 e 20€ por refeição. Temos depois que 11,8% das inquiridas gastam entre 20 e 30€ por refeição com apenas 1,8% a gastar entre 30 e 40€, sendo esta igualmente a percentagem de indivíduos do sexo masculino a gastar estes valores. Observa-se ainda que 53,6% dos homens gasta entre 10 e 20€ por refeição, 16,1% gasta entre 20 e 30€, e 28,6% dos inquiridos gasta até 10€ por refeição.

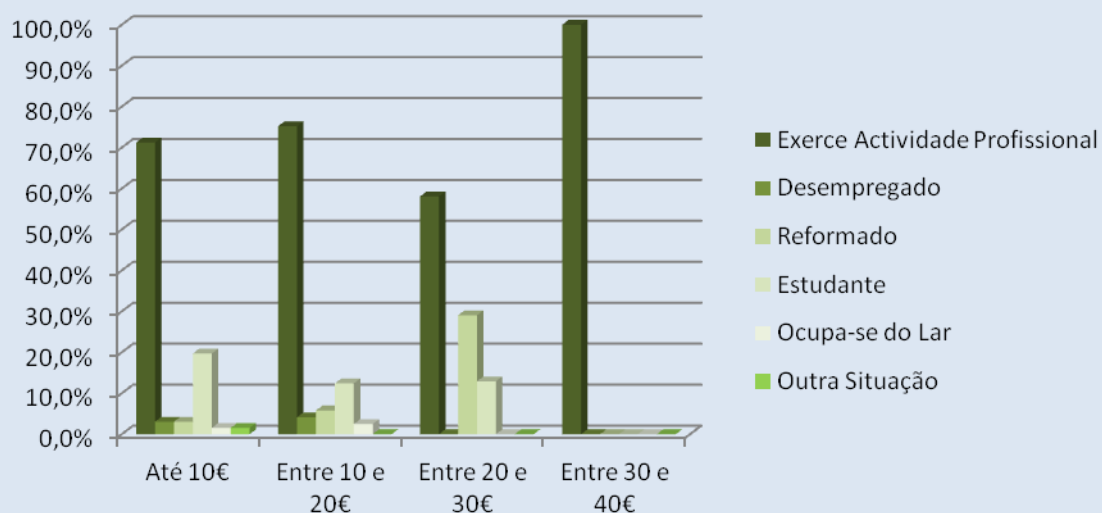
Gráfico 40 - Gastos em Refeições por Escalão Etário



Decompondo a análise dos gastos com alimentação por escalões etários verificamos que é no grupo referente à população mais jovem que se verifica uma maior preocupação com a contenção de custos. Temos que neste escalão 47% dos inquiridos gasta até 10€ por refeição. Temos depois 40,8% que gasta entre 10 e 20€ e apenas 12,2% gasta entre 20 e 30€.

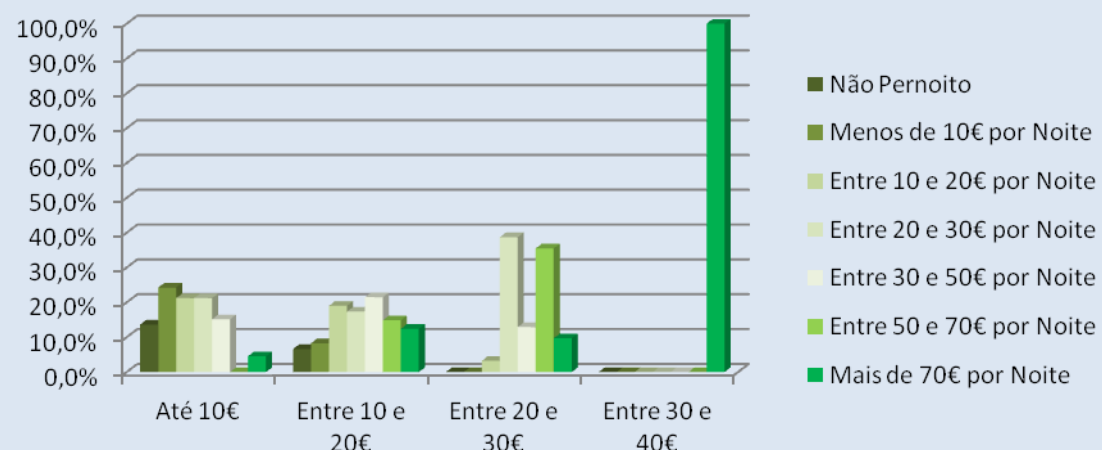
Nos restantes escalões verifica-se uma clara predominância dos indivíduos que gastam entre 20 e 20€ representando 64,4% do segundo escalão, 57,4% do terceiro escalão, e 52,8% do escalão referente à população com idades mais avançadas. É igualmente nos últimos dois escalões que vamos encontrar as percentagens mais elevadas de indivíduos com maiores gastos em refeições, sendo 19,7% do terceiro escalão gasta entre 20 e 30€ e 3,3% gasta entre 30 e 40€, e 24,5% do quarto escalão gasta entre 20 e 30€, enquanto 1,9% dos indivíduos neste escalão gasta mais entre 30 e 40€ por refeição.

Gráfico 41 - Gastos em Refeições por Situação Profissional



Relacionando os gastos em refeições com a situação profissional dos inquiridos vemos que, para todos os escalões de gastos, se regista uma predominância de indivíduos com actividade profissional. De relevar a percentagem relativamente elevada de estudantes que gastam menos de 10€ (19,7%) e a preponderância que os indivíduos reformados assumem no grupo que gasta entre 20 e 30€, representando 29% do grupo.

Gráfico 42 - Gastos em Refeições por Gastos em Alojamento



Cruzando os gastos em refeições com os gastos em alojamentos, verificamos uma tendência para aumento dos gastos em refeições com o

aumento dos gastos em alojamento. Do conjunto de indivíduos que gastam até 10€ por refeição verificamos que 13,6% não pernoitam, 24,2% gastam menos de 10€ por noite, 21,2% gasta entre 10 e 20€ sendo também esta a percentagem de indivíduos que gastam entre 20 e 30€, e apenas 4,5% gasta mais 70€ por noite em alojamento.

No conjunto de indivíduos que gastam entre 10 e 20€ por refeição, temos que apenas 6,6% e 8,3% não pernoitam e gastam até 10€ em alojamento por noite, respectivamente. Temos depois que 19% dos inquiridos gasta entre 10 e 20€, 17,4% gasta entre 20 e 30€, e 21,5% paga entre 30 e 50€ por noite em alojamento quando viaja para locais de Natureza. Sobram assim 14,9% dos sujeitos que gastam entre 50 e 70€ por noite e 12,4% que gastam mais de 70€ por noite.

No grupo de indivíduos que gastam entre 20 e 30€ por refeição temos que 38,7% gasta entre 20 e 30€ por noite em alojamento enquanto 35,5% da amostra referente a este conjunto gasta entre 50 e 70€ por noite.

Podemos depois confirmar esta tendência verificando que todos os indivíduos que gastam entre 30 e 40€ por refeição, gastam mais de 70€ por noite em alojamento.

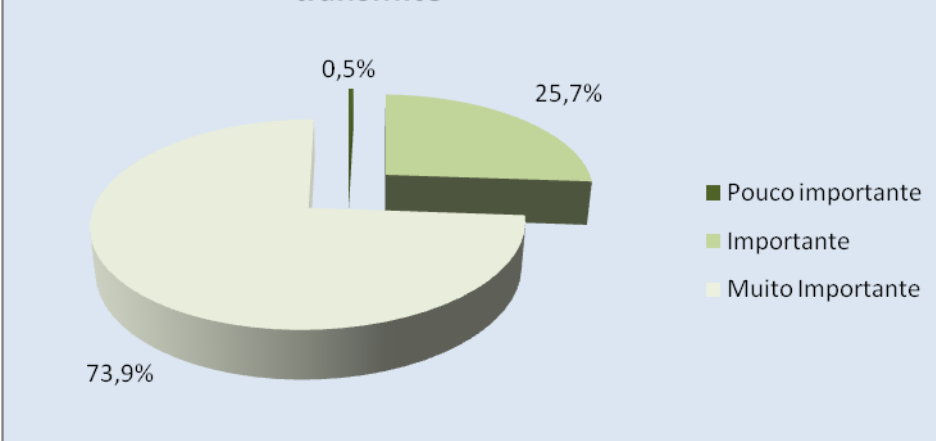
Esta tendência, demonstrada pelo Gráfico 42, vem provar a hipótese de indivíduos que gastam mais com alimentação tendencialmente gastarão mais em alojamento.

3.2. Motivações do Consumidor de Turismo de Natureza

3.2.1. Viagens à Natureza

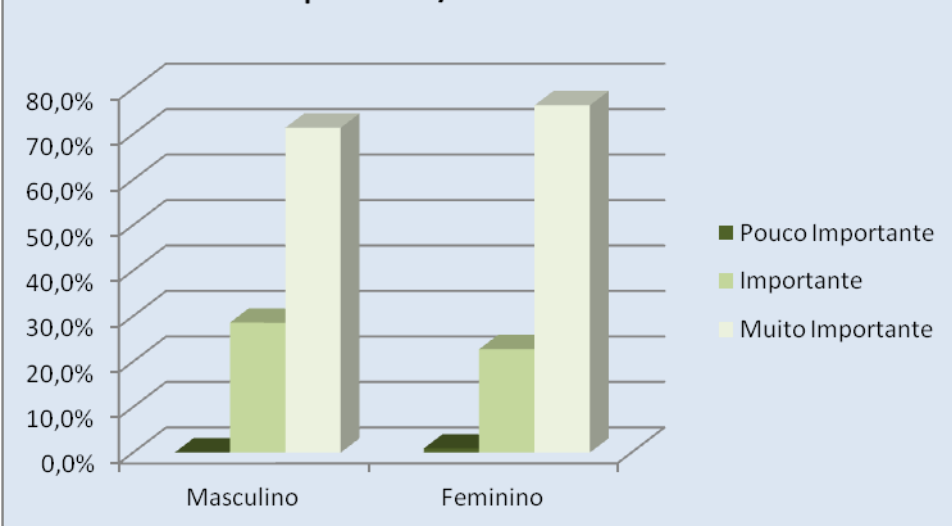
Dentro do estudo das motivações do consumidor de Turismo de Natureza começamos por definir o que leva um indivíduo a escolher viajar para zonas de Natureza em detrimento de outro tipo de Turismo.

Gráfico 43 - Pela tranquilidade que a Natureza transmite



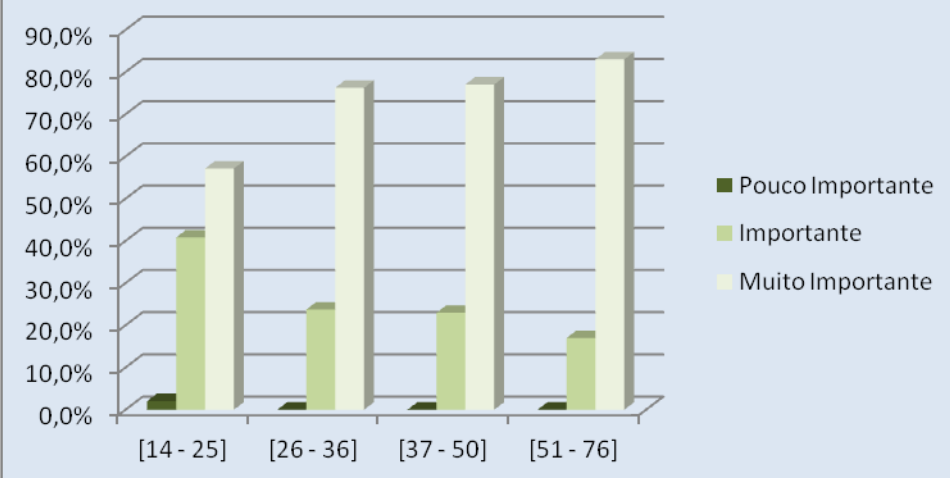
A principal razão pela qual os sujeitos presentes na amostra escolheram um destino de Natureza, nomeadamente a albufeira da Barragem do Alqueva, em detrimento de outro, se prende principalmente com a tranquilidade que a Natureza transmite. Temos assim que 73,9% consideram este com um factor muito importante na decisão de viajar para a Natureza. Apenas 0,5% considera a tranquilidade como pouco importante.

Gráfico 43.1 - Tranquilidade/Género



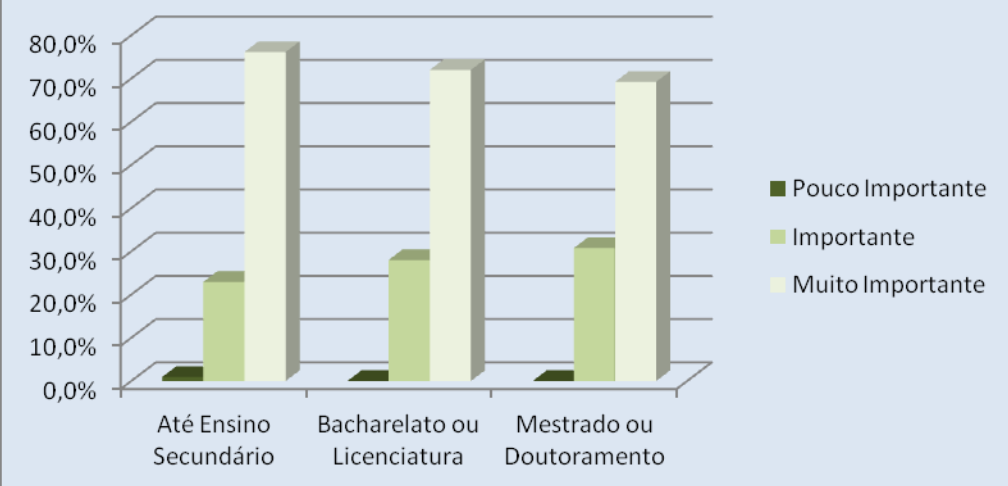
Não se verificam diferenças significativas entre os géneros, embora seja perceptível que as mulheres dêem ligeiramente mais relevância à tranquilidade, sendo que 76,4% das mulheres considera este factor como muito importante e apenas 71,4% dos indivíduos do sexo masculino lhe dá este nível de relevância.

Gráfico 43.2 - Tranquilidade/Escalão Etário



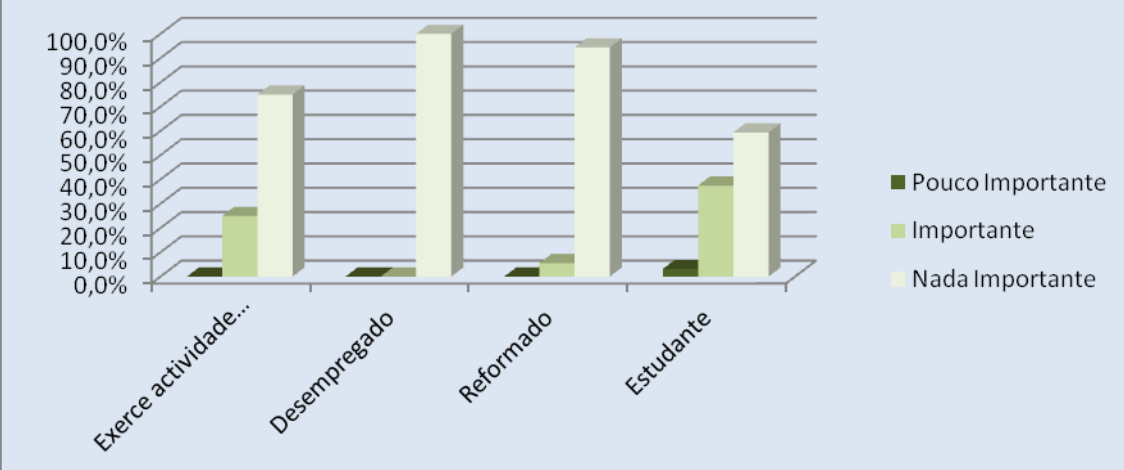
Através da análise do gráfico 43.2, podemos observar que à medida que a idade da população aumenta, aumenta o nível de importância que a tranquilidade que a natureza transmite tem na tomada de decisão de viajar para a Natureza. Temos que a percentagem de indivíduos que classificam este factor como “muito importante” sobe do escalão referente à população mais jovem até ao escalão referente à população com idade mais avançada, sendo que a percentagem de sujeito que classificam o factor tranquilidade como “importante” é mais elevada no primeiro escalão descendo até ao último. Verificamos assim uma tendência para procurar tranquilidade à medida que a idade avança, assumindo-se este factor como primordial na escolha da Barragem do Alqueva como destino de viagem.

Gráfico 43.3 - Tranquilidade/Nível de Escolaridade



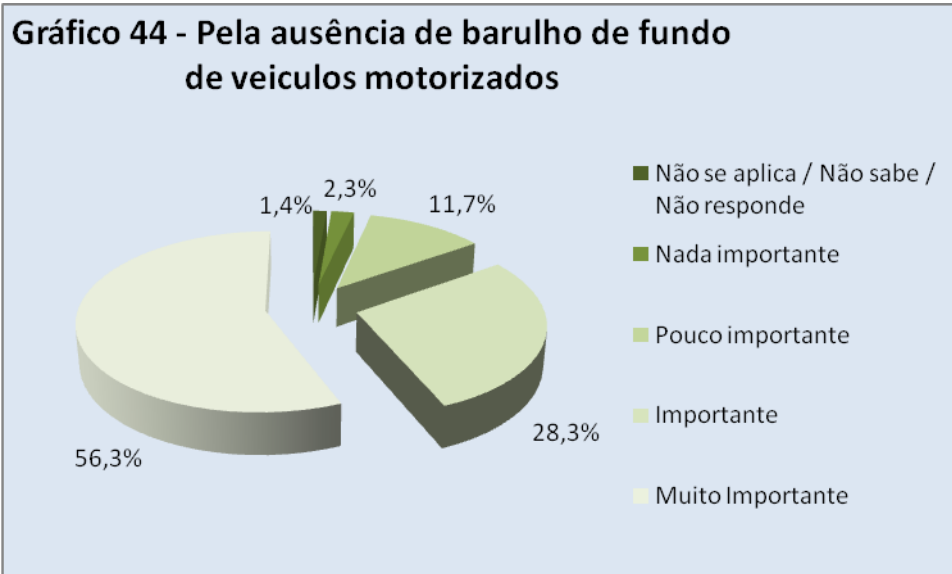
Embora não se verifique uma queda acentuada, podemos verificar, através da análise do Gráfico 43.3, que com o aumento do grau académico, diminui a preponderância que o factor “tranquilidade” tem na tomada de decisão dos consumidores de Turismo em viagem para a Natureza. Regista-se assim a tendência inversa à registada no Gráfico 43.2, com o peso classificação de “muito importante” a diminuir com o aumento do grau académico, verificando-se um aumento entre escalões na classificação de “importante”.

Gráfico 43.4 - Tranquilidade/Situação Profissional

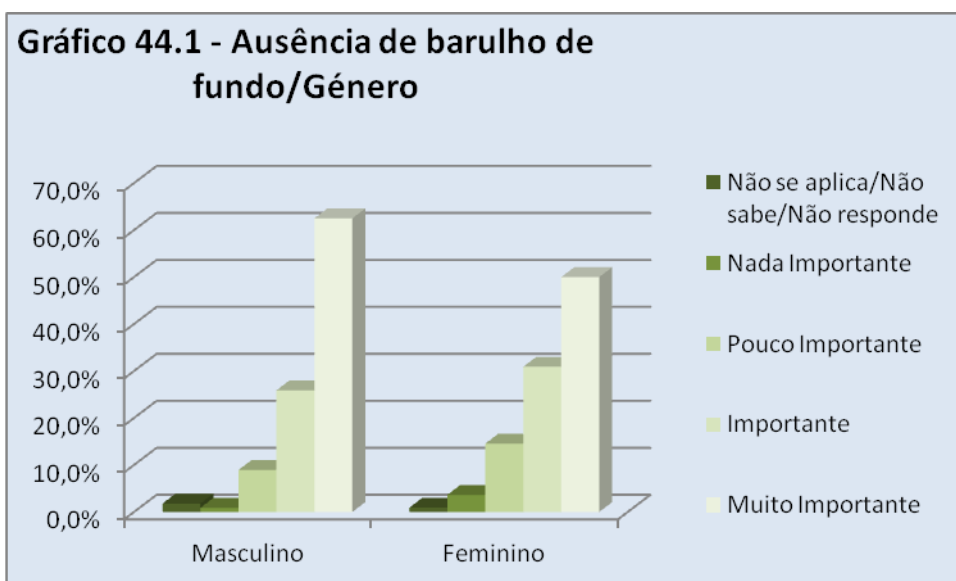


O Gráfico 43.4 mostra-nos que os grupos profissionais que atribuem maior importância ao factor em análise são os reformados e os

desempregados. Como se poderia inferir pela análise do Gráfico 43.2, o grupo que menos importância dá à tranquilidade é o dos indivíduos estudantes.

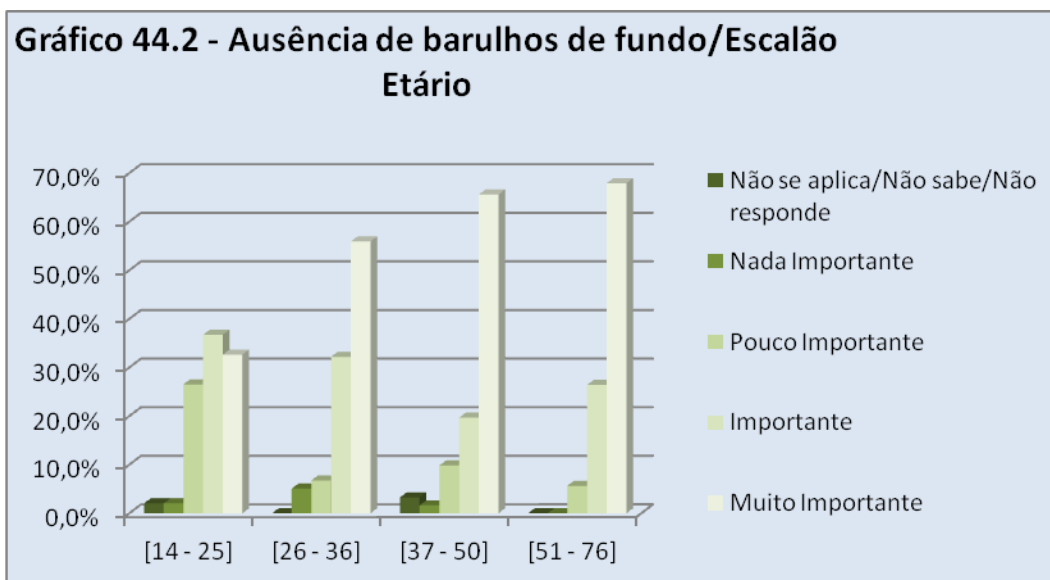


Embora não tenha a relevância do factor anterior, a ausência de barulho de fundo de veículos motorizados é considerada por 56,3% da amostra como muito importante no momento de seleccionar zonas naturais como local de destino de viagem. Aqui apenas 14% dos inquiridos considera este factor como pouco ou nada importante, sendo que 28,3% diz ser importante no momento de tomada de decisão.



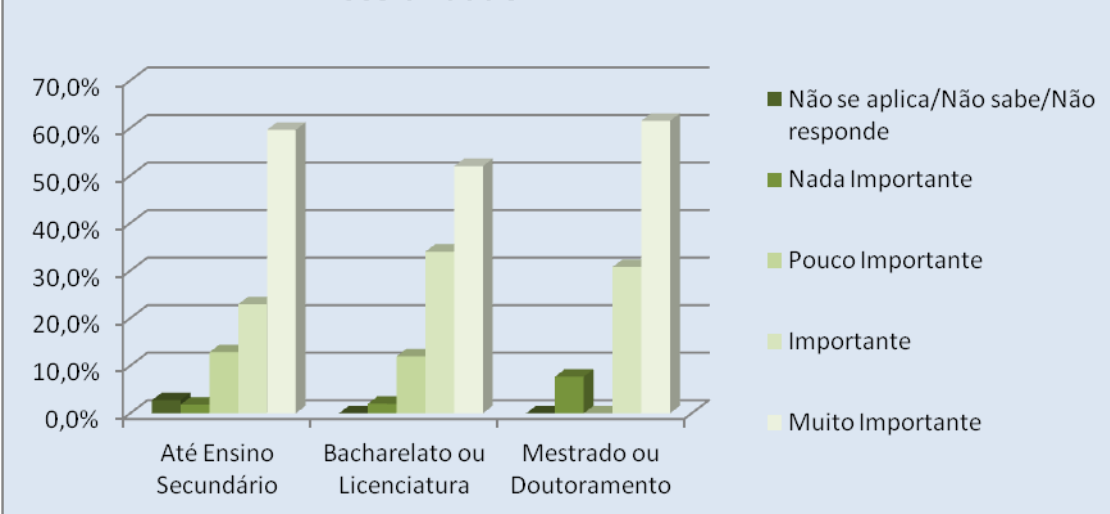
É claro, observando o Gráfico 44.1, que este factor é mais relevante para os indivíduos do sexo masculino. Mais de 10% das mulheres consideram

a ausência de barulho de fundo de veículos motorizados como um factor pouco importante quando escolhem viajar para a Natureza, sendo que a percentagem destas que diz ser um factor muito importante é de apenas 50%, bem menos significativa que nos homens onde mais de 60€ consideram a ausência de barulho como um factor muito importante.



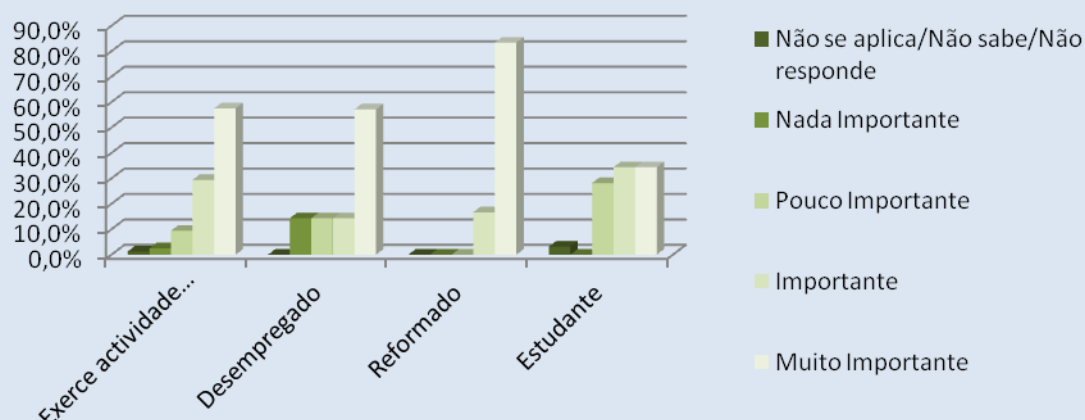
Pelo Gráfico 44.2, verificamos que a este factor ganha importância com o aumento da idade. É no escalão etário mais baixo que se dá menos importância à ausência de barulho de fundo de veículos motorizados no momento de escolher a Natureza como destino de viagem. Mais de um quarto dos indivíduos neste escalão considera mesmo este factor como pouco importante no momento da escolha, e é também entre os mais jovens que a percentagem de indivíduos que classifica o factor em estudo como “muito importante” é mais baixa. Esta percentagem vai no entanto subir entre escalões chegando a atingir os 65,6% no terceiro escalão, e os 67,9% no quarto.

Gráfico 44.3 - Ausência de barulho de fundo/Nível de Escolaridade



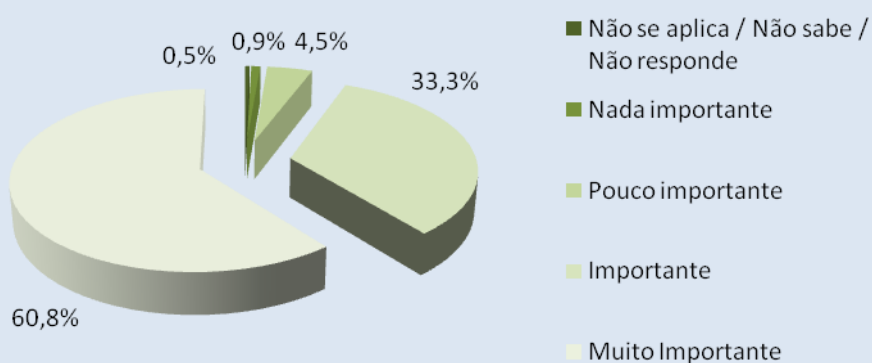
Decompondo a importância atribuída à ausência de barulho de fundo pelo nível de escolaridade dos participantes na amostra, verificamos que entre indivíduos com estudos até ao ensino secundário e o grupo da amostra referente a licenciados não se distinguem diferenças substanciais. É, no entanto, perceptível que o factor referido ganha mais preponderância no seio dos indivíduos com nível de escolaridade mais baixo, com 59,6% a considerá-lo como muito importante. Esta percentagem é ainda superior no grupo de indivíduos com grau académico mais elevado situando-se nos 61,5%. É igualmente neste grupo que se verifica a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram a ausência de barulho de fundo de veículos motorizados como nada importante (7,7%).

Gráfico 44.4 - Ausência de barulho de fundo/Situação Profissional

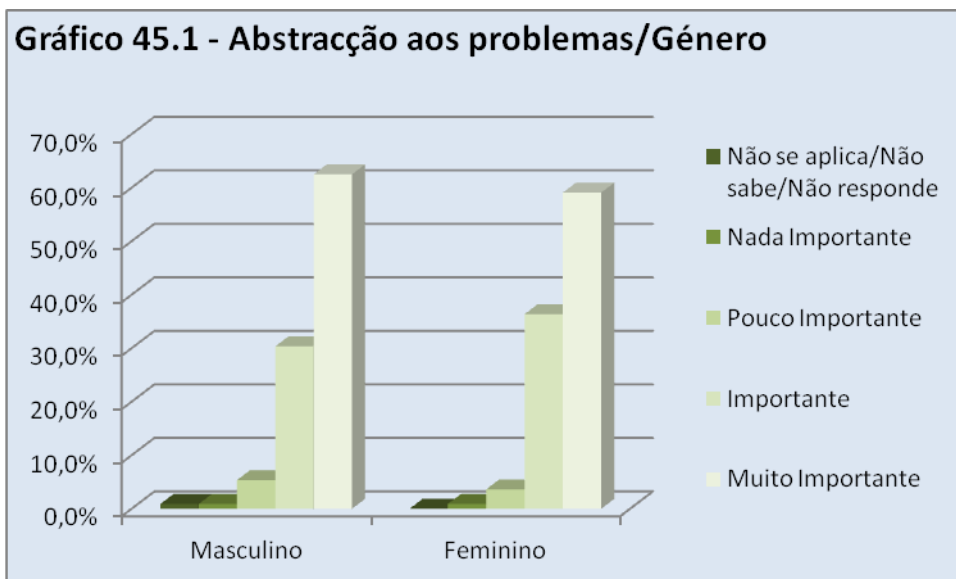


Analisando o mesmo factor por situação profissional, verificamos que é no grupo dos indivíduos reformados que é lhe é dada maior importância, tendo mais de 80% da amostra referente a este grupo profissional considerado a ausência de barulho de fundo como muito importante. Mais de 50% do grupo de indivíduos em actividade profissional e desempregados considera este factor igualmente muito importante, sendo que é no grupo dos estudantes, tal como na motivação anterior (tranquilidade), que se dá menos importância à ausência de veículos motorizados em grande escala.

Gráfico 45 - Pela abstracção aos problemas do quotidiano

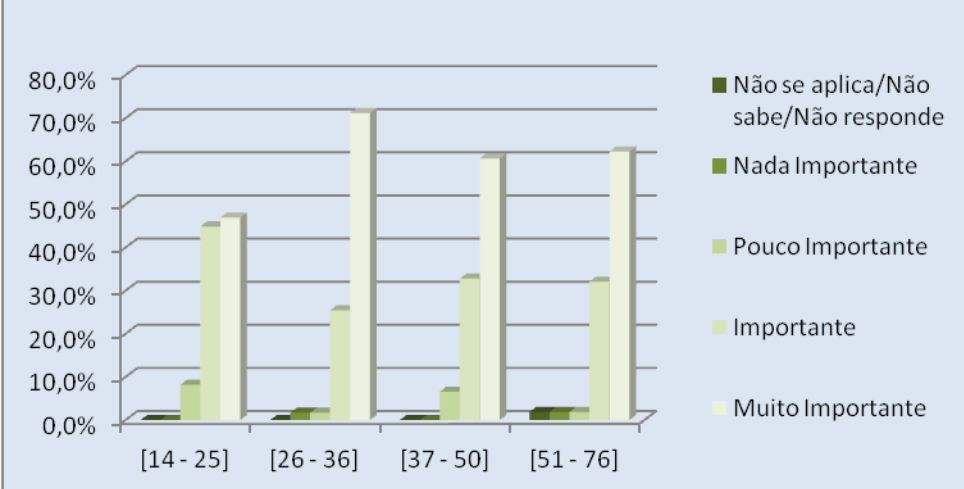


A abstracção aos problemas do quotidiano que a Natureza permite aparece como muito importante para 60,8% da amostra global. Temos depois que um terço considera este factor como importante e pouco menos de 6% considera esta motivação como pouco ou nada importante.



Embora seja não sejam visíveis diferenças significativas entre géneros, ao analisarmos o Gráfico 45.1, observamos que são os indivíduos de sexo masculino, tal como no Gráfico 44.1 referente à ausência de barulho de fundo de veículos motorizados, a valorizarem mais a abstracção aos problemas do quotidiano que a Natureza permite com mais de 60% dos inquiridos a considerarem esta motivação como muito importante no momento de seleccionar um destino para viajar.

Gráfico 45.2 - Abstracção aos problemas/Escalão Etário

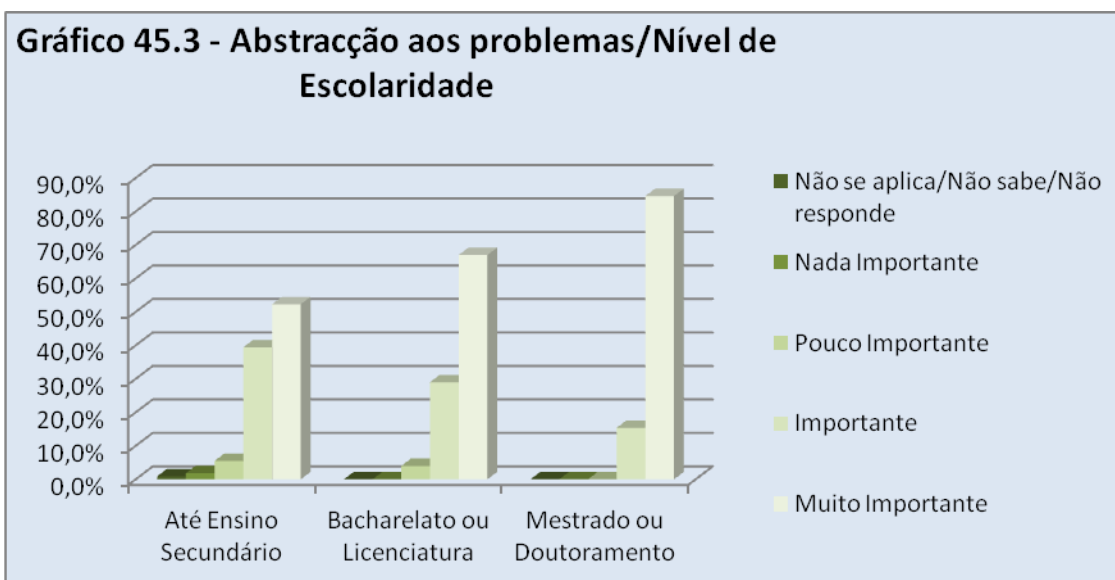


Verificamos no Gráfico 45.3 algumas diferenças entre os quatro escalões etários. É no segundo escalão, referente a indivíduos entre os 26 e os 36 anos de idade, que se valoriza mais a abstracção aos problemas do quotidiano que a Natureza permite, com mais de 70% dos indivíduos neste escalão a considerarem este como um factor muito importante no momento de tomada de decisão.

Podemos igualmente verificar que é no escalão imediatamente abaixo, com indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos de idade, que este factor é menos valorizado. Isto é compreensível se tivermos em consideração, de um forma global, na fase de vida que cada indivíduo atravessa. Por norma, é durante o segundo escalão que se define a vida profissional e familiar/pessoal de cada pessoa. O tipo de problemas e tomadas decisão que um sujeito tem, por norma, entre os 14 e os 25 anos, é diferente de um sujeito entre os 26 e os 36 anos, sendo assim normal que este valorize mais todo o tempo que possa passar afastado de situações conflito.

Os dois escalões mais avançados apresentam-se muito semelhantes entre si, sendo que, embora seja um valor extremamente baixo, podendo mesmo ser considerado marginal, é no escalão referente aos indivíduos mais idosos que temos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram estes factores como pouco ou nada importante. Para este facto aponto a mesma razão acima indicada, pois é natural que chegando a uma certa idade,

grande parte dos conflitos e dos problemas que um sujeito possa ter tido, quer a nível pessoal, profissional, ou outro, já tenha passado. Ainda assim, verificam-se, neste último escalão, percentagens elevadas de indivíduos que consideram a abstracção aos problemas do quotidiano como importante e muito importante, no contexto da tomada de decisão de viajar para a Natureza.

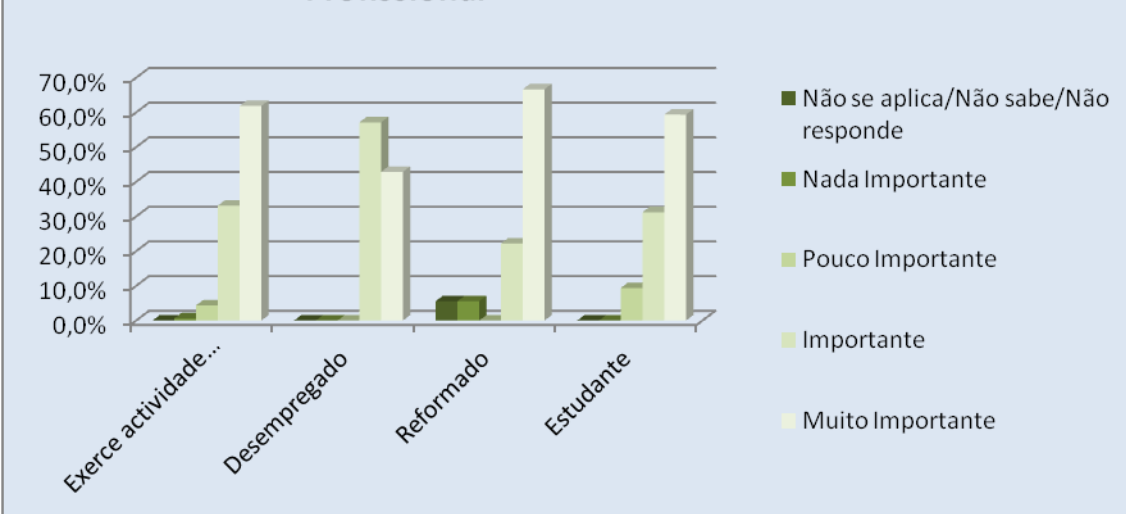


Embora tenham uma representatividade baixa na amostra global, é no grupo de indivíduos com mestrado ou doutoramento que é dada maior importância à abstracção que a Natureza permite quando escolhem viajar para um destino de Natureza, com mais de 80% dos inquiridos com estes graus académicos a considerarem esta como uma motivação muito importante.

Como seria de esperar, e embora seja dada bastante relevância com mais de 50% dos indivíduos a classificarem a abstracção aos problemas como muito importante, e 39,4% como importante, é entre os estudantes que é dada menos importância a este factor.

Pelo meio encontramos o grupo de indivíduos licenciados com mais 60% dos inquiridos a considerar a abstracção aos problemas do quotidiano como motivação muito importante para viajar para a Natureza.

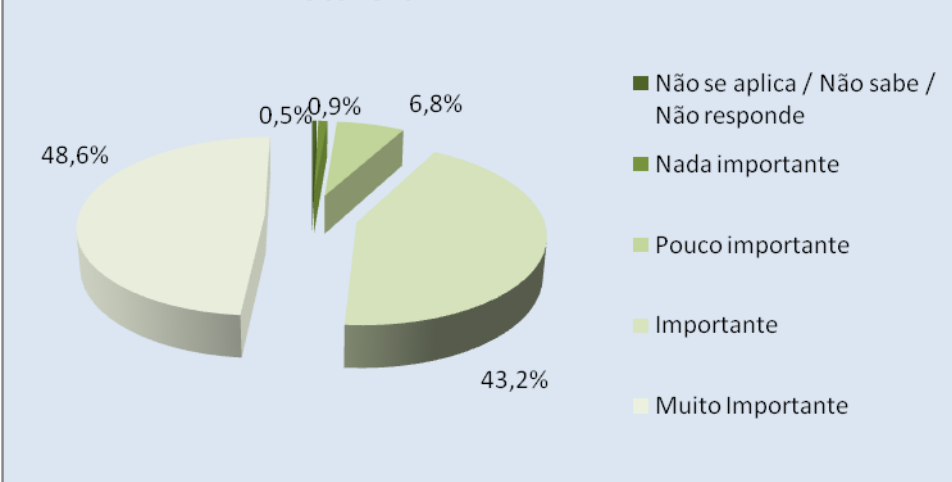
Gráfico 45.4 - Abstracção aos problemas/Situação Profissional



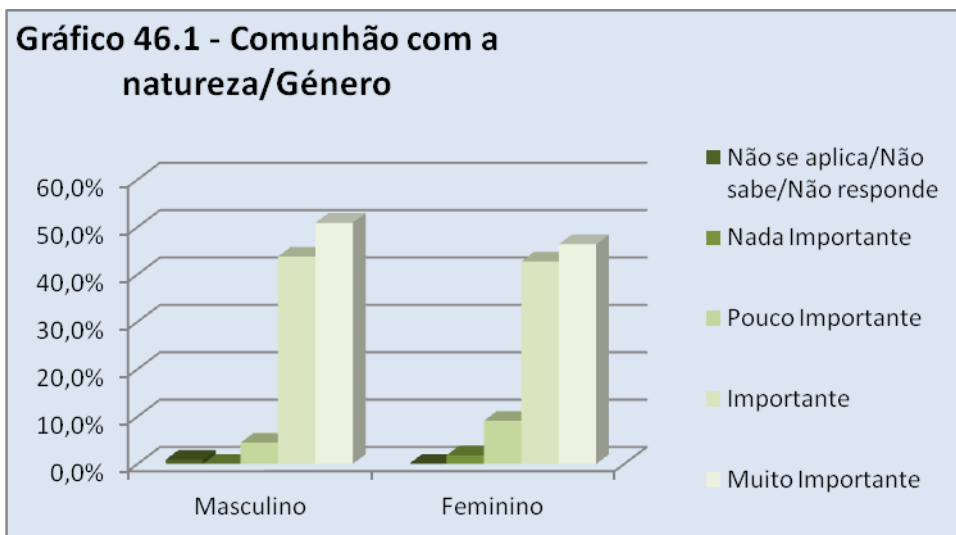
Apesar de pouca representatividade na amostra global, podendo este ser um dos factores explicativos para os valores encontrados, verificamos que é no grupo dos indivíduos desempregados que se dá menor importância à abstracção aos problemas do quotidiano, sendo que é no grupo dos indivíduos reformados que este factor ganha maior preponderância.

Podemos igualmente constatar no Gráfico 45.4 que os grupos referentes aos indivíduos estudantes e aos indivíduos com actividade profissional se apresentam bastante idênticos entre si, sendo visível uma ligeira preponderância nos segundos, com mais de 60% a considerar este factor como muito importante.

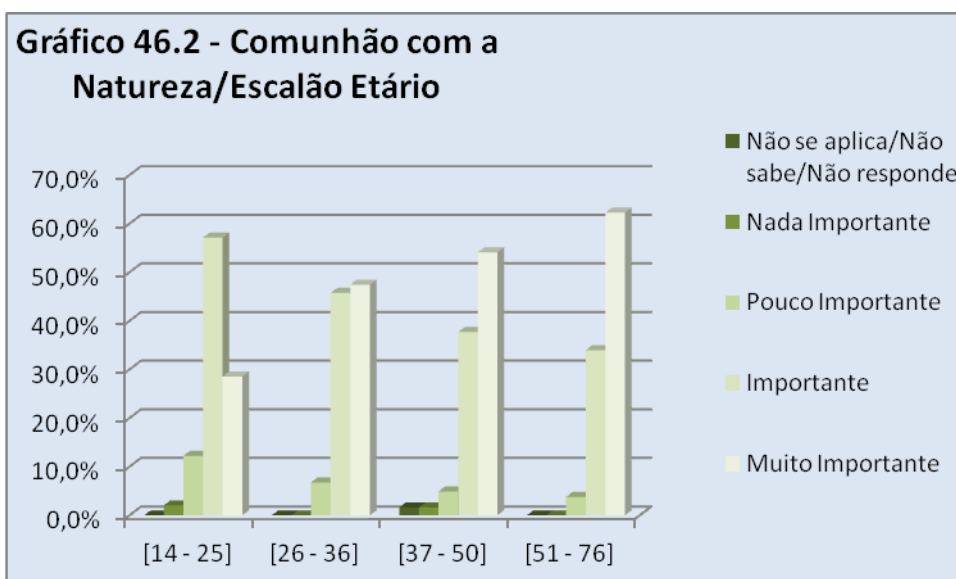
Gráfico 46 - Para estar em comunhão com a Natureza



Vemos no Gráfico 46 que apenas 48,6% da amostra considera muito importante estar em comunhão com a Natureza quando escolhe viajar. Temos depois que 43,2% consideram importante e 6,8% consideram este factor como pouco importante quando tomam decisão de viajar para um destino de paisagem natural.

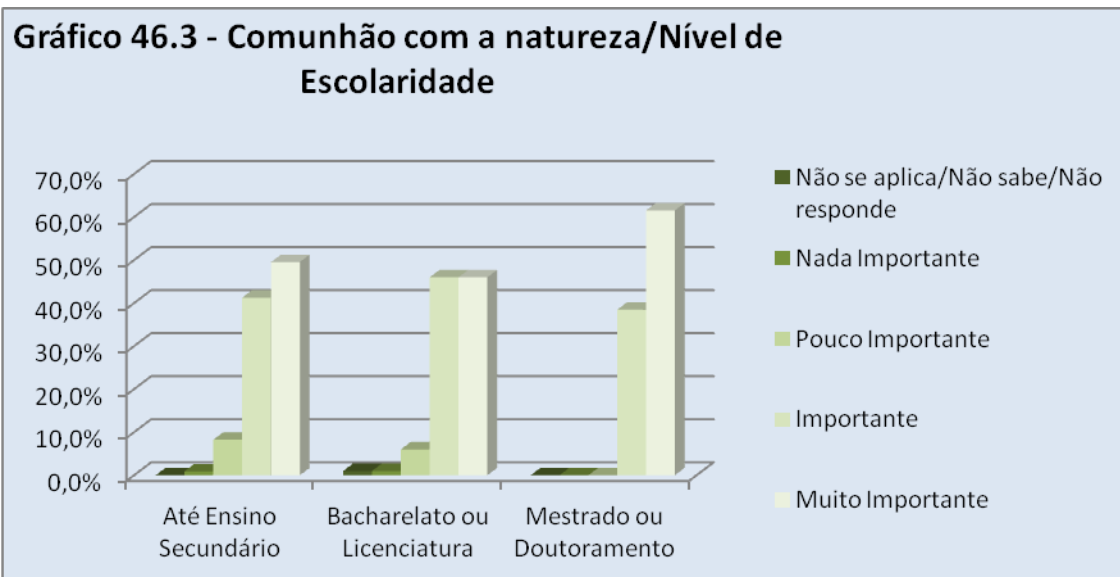


São mais uma vez os homens que dão maior importância a estar em comunhão com a Natureza. Mais de 50% dos indivíduos do género masculino consideram este factor como muito importante quando escolhem viajar para a Natureza contra apenas 46,4% das mulheres. É também no grupo das mulheres que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram este factor como pouco importante (9,1% das mulheres).



Podemos identificar, através da análise do Gráfico 46.2, algumas tendências interessantes no que diz respeito à motivação em estudo por escalão etário. Verificamos em primeiro lugar, que esta é uma motivação que tende a ganhar relevância à medida que a idade da amostra aumenta. Podemos igualmente constatar que é no grupo referente aos mais jovens que se dá menos importância a este factor com apenas 28,6% a considerar como muito importante, 57,1% a considerar importante, e 12,2% a considerar pouco importante estar em comunhão com a Natureza no momento de decidir viajar para locais de beleza natural.

No segundo escalão verificamos que existe já uma maior percentagem de indivíduos a considerar este como um factor muito importante relativamente ao conjunto de indivíduos que consideram apenas como importante, e é no quarto escalão, referente aos sujeitos entre os 51 e os 76 anos de idade que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos a atribuir o nível de relevância mais elevado a este factor (62,3%).



Podemos mais uma vez constatar que são os indivíduos que graus académicos superiores que são maior importância ao factor descrito no Gráfico 46.3. Embora a sua representatividade na amostra global seja baixa, temos que 61,5% dos inquiridos com mestrado ou doutoramento consideram muito importante estar em comunhão com a Natureza. É de resto no grupo de indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino superior que encontramos a

percentagem mais elevada de sujeitos que consideram este factor como pouco importante no momento de tomada de decisão (8,3%). Ainda neste grupo 49,5% dos inquiridos classifica a motivação em análise como muito importante, e 41,3% considera-a importante.

Dos indivíduos com licenciatura e bacharelato temos que 46% considera muito importante estar em comunhão com a Natureza, sendo igualmente esta a percentagem dos que consideram apenas importante.

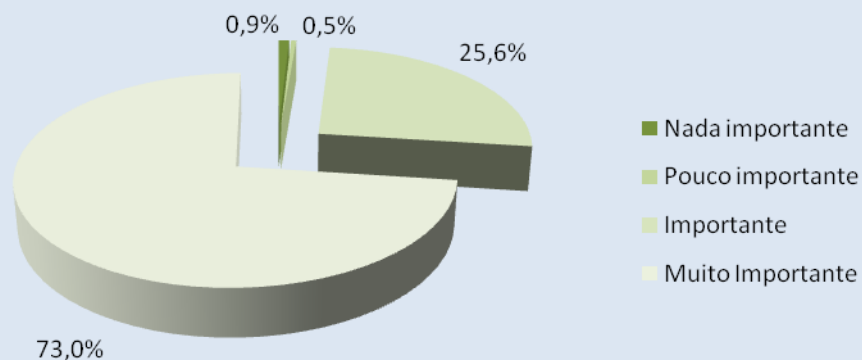


É mais uma vez no grupo dos estudantes que é dada menor importância à motivação em análise. Temos que 46,9% dos inquiridos em formação académica considera estar em comunhão com a Natureza como uma motivação importante para viajar para destinos de paisagem natural, sendo que apenas 34,4% considera este factor como muito importante. Podemos ainda verificar que mais de 15% dos estudantes considera esta motivação como pouco importante.

É nos indivíduos reformados que se nota uma maior ligação com os bens natureza sendo que mais de 80% deste consideram estar em comunhão com a Natureza como motivação muito importante quando escolhem viajar para zonas de paisagem natural.

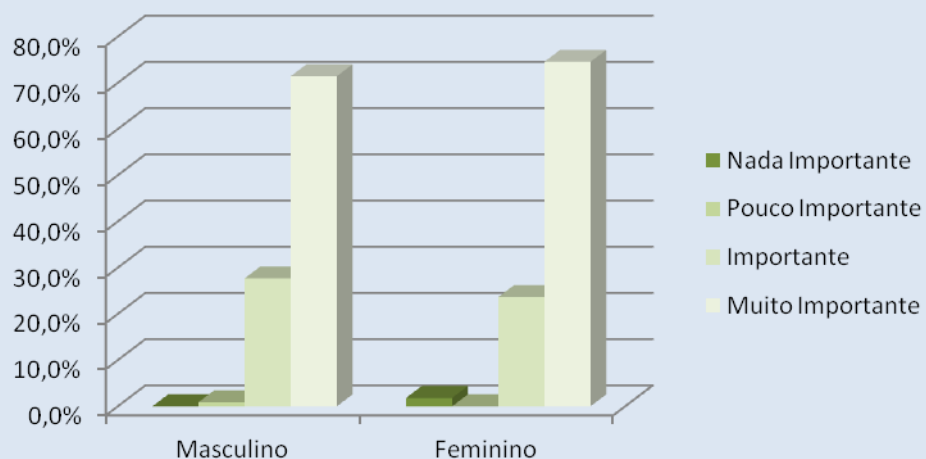
Temos ainda, no grupo de sujeitos em actividade que 48,1% considera esta como uma motivação muito importante enquanto apenas 44,4% a considera como importante.

Gráfico 47 - Pelas belas paisagens naturais

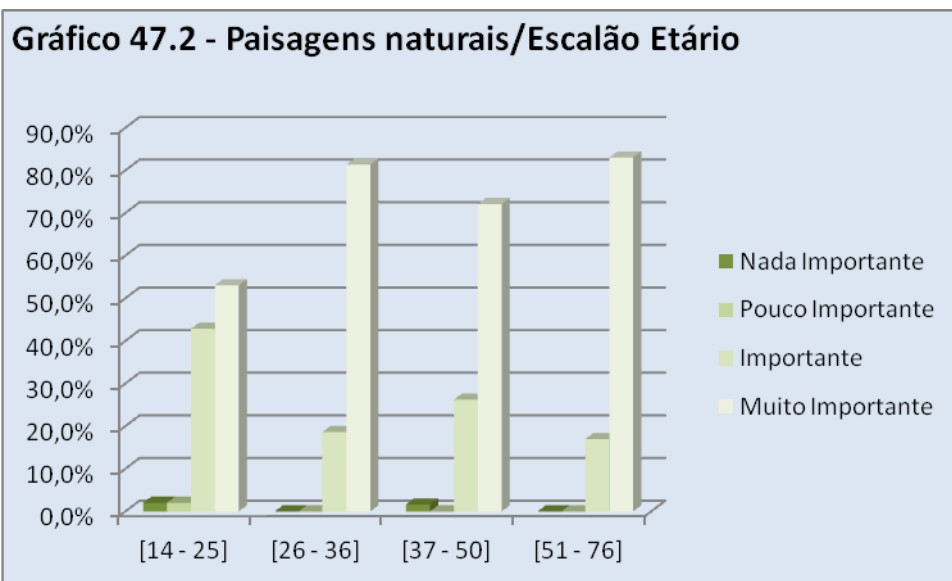


As belas paisagens naturais são, a par da tranquilidade que a Natureza transmite, uma das principais motivações que levam os turistas que vistam a albufeira do Alqueva a escolher destinos de Natureza aquando das suas viagens de lazer. Temos assim que 73% da amostra global diz considerar este factor como muito importante, sendo que 25,6% considera a beleza das paisagens naturais como importante, e apenas 1,4% diz ser pouco ou nada importante.

Gráfico 47.1 - Paisagens naturais/Género

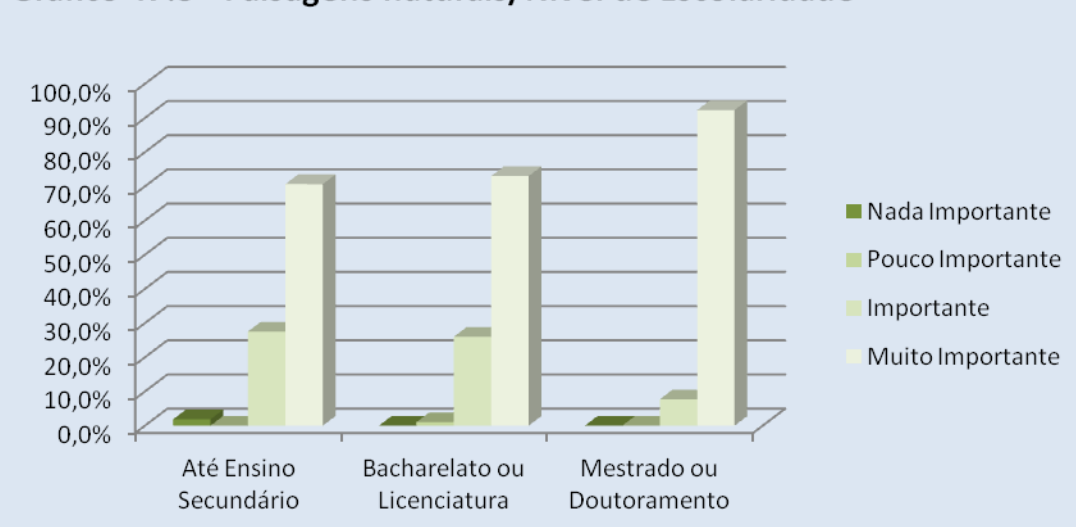


Como podemos observar no Gráfico 47.1, são as mulheres quem dá maior importância à beleza das paisagens naturais com 74,5% a atribuir a classificação máxima relativamente ao nível de importância. Temos depois que 71,4% dos indivíduos do género masculino considera as paisagens naturais como muito importante, enquanto apenas 27,7% atribui a este factor o segundo nível de importância mais elevado. Menos de 24% das mulheres considera as belas paisagens naturais como importante no momento de escolher viajar para a Natureza.



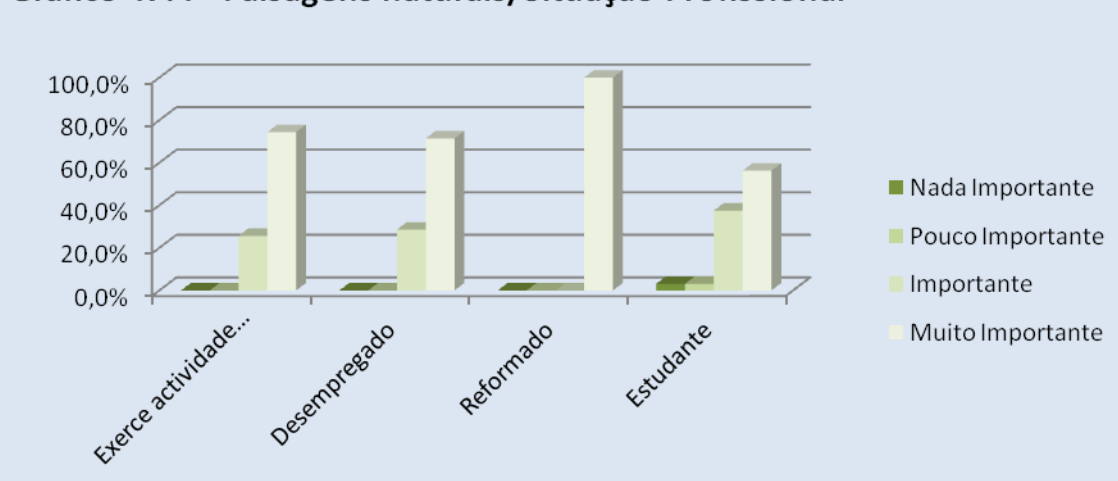
Podemos constatar, através da análise ao Gráfico 47.2, que é mais uma vez no escalão referente aos mais jovens que se dá menor importância à beleza das paisagens naturais com apenas 53,1% a considerar este factor como muito importante contra 81,4% no segundo escalão, 72,1% no terceiro escalão, e 83% no escalão referente aos indivíduos mais idosos. É ainda no primeiro escalão que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que atribuem a segunda classificação mais elevada no que diz respeito o grau de importância da motivação em estudo no momento de tomada de decisão.

Gráfico 47.3 - Paisagens naturais/Nível de Escolaridade



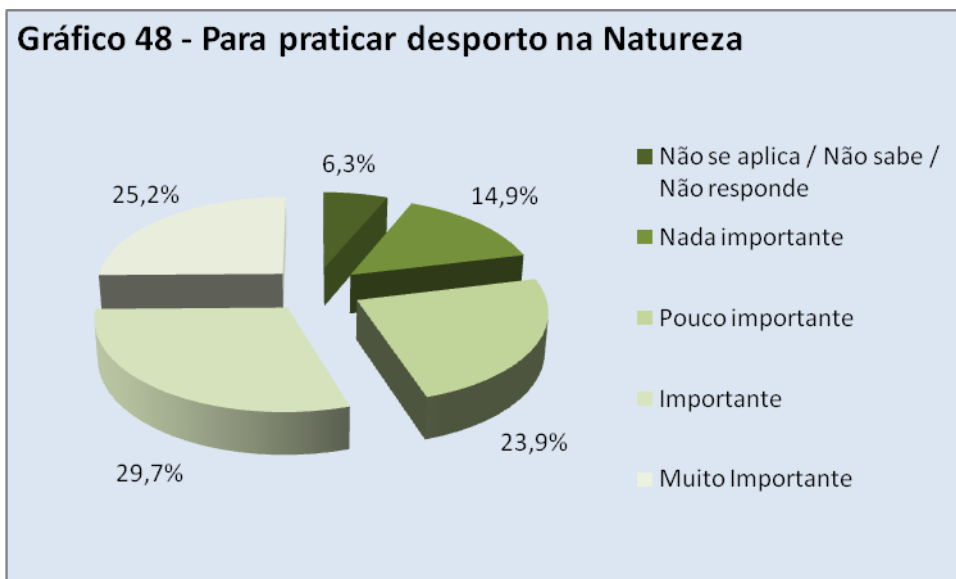
É mais uma vez no grupo de indivíduos com grau académico superior que é dada maior importância à beleza das paisagens naturais com 92,3% dos inquiridos a considerar este factor como muito importante, sendo que esta percentagem cai para os 73% nos indivíduos com bacharelato ou licenciatura, e para 70,6% no conjunto com nível de escolaridade até ao ensino superior. Analogamente, as percentagens de indivíduos que consideram este como um factor importante descem à medida que o grau académico aumenta.

Gráfico 47.4 - Paisagens naturais/Situação Profissional



São mais uma vez os indivíduos reformados a atribuir maior importância à motivação análise, com 100% dos inquiridos a considerar as paisagens naturais como factor muito importante no momento de decidir viajar para a Natureza. O conjunto referente aos indivíduos desempregados apresenta-se

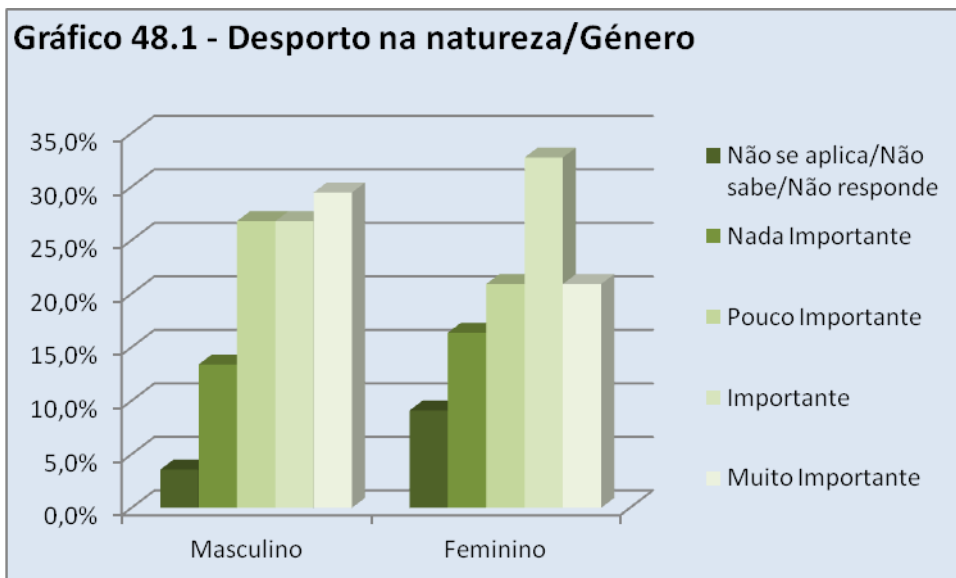
bastante idêntico ao grupo referente aos indivíduos em actividade, sendo que são mais uma vez os estudantes a atribuir menos importância às paisagens naturais com apenas 56,3% a considera-las como condição muito importante quando decidem viajar para zonas de paisagem natural.



A prática de desportos na Natureza é, como podemos observar através da análise do Gráfico 48, o motivo que reúne menos preferências dentro da amostra. Facto é que a oferta de desportos de Natureza na zona da Barragem do Alqueva é extremamente limitada, o que pode explicar o facto de encontrarmos uma percentagem tão baixa de entusiastas pelo desporto em zonas naturais. No entanto, o facto de mais de 50% da amostra considerar este factor como importante ou muito importante pode ser encarado como uma possibilidade de negócio, ou uma oportunidade para dinamizar o Turismo na região interior este alentejana.

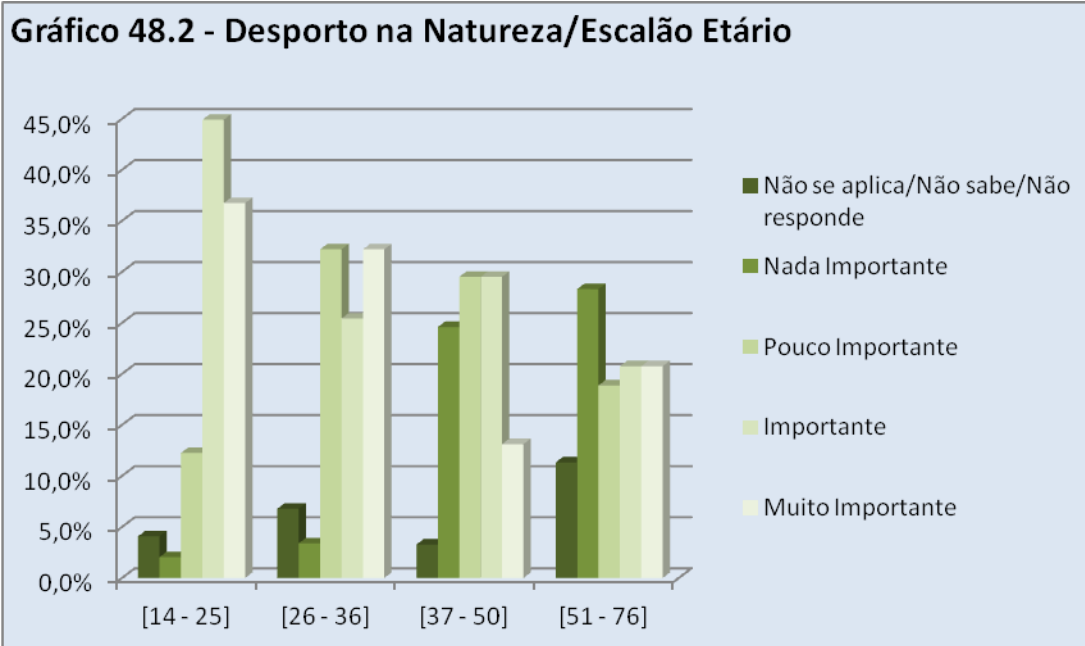
Temos assim que apenas 25,2% da amostra considera a prática de desporto na Natureza como factor muito importante, 25,2% considera importante, enquanto 23,9% diz ser pouco importante e 14,9% diz não ser importante. De referir ainda que 6,3% dos inquiridos não consideram sequer a

prática de actividade física³⁹ em zonas naturais aquando da tomada de decisão.



Podemos observar, através da análise do gráfico 48.1, que são os indivíduos do sexo masculino que dão maior relevância à prática de actividades físicas e desportivas durante as suas viagens à natureza. Quase 30% da amostra do sexo masculino considera este factor muito importante, contra apenas 20,9% do sexo feminino. No entanto, é igualmente entre os homens que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram este como um factor pouco importante, situando-se este valor nos 26,8%. Esta é igualmente a percentagem de indivíduos do sexo masculino que consideram a prática de desportos na Natureza como factor importante quando decidem viajar para zonas de paisagem natural, sendo que nas mulheres este valor alcança os 32,7%.

³⁹ Neste contexto Desporto pode e deve tomar a forma de qualquer tipo de actividade física de modo a abranger o maior universo de actividades físicas e desportivas que os turistas consomem durante as suas viagens à Natureza.

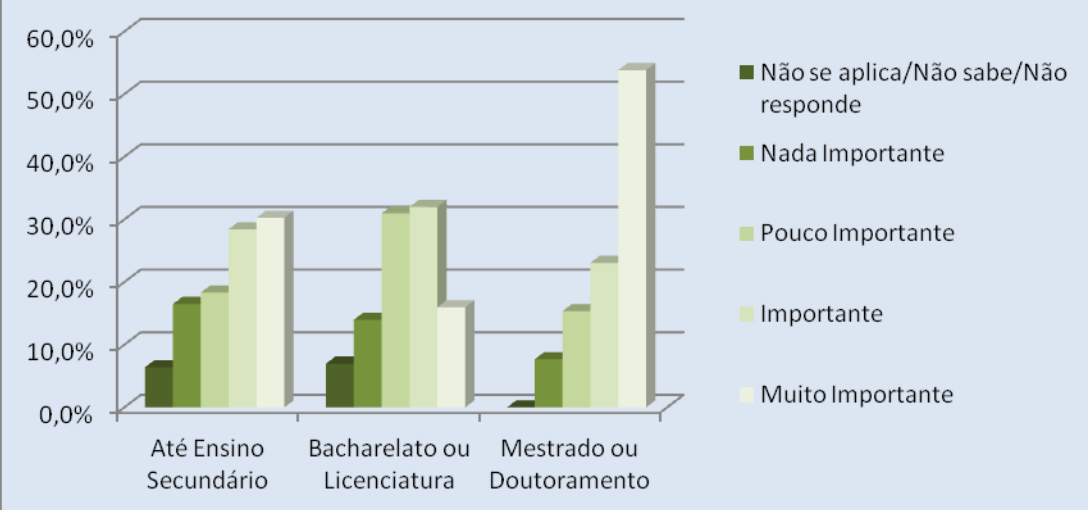


Decompondo agora a análise da motivação relacionada com a prática desportiva em zona de Natureza por escalão etário, presente no Gráfico 48.2, identificamos imediatamente uma tendência de diminuição do nível de importância à medida que a idade da amostra avança.

No primeiro escalão, referente à população mais jovem, verifica-se uma clara predominância de indivíduos que consideram este factor como importante (44,9%) e muito importante (36,7%). Estes valores baixam para 25,4% e 32,2% no segundo escalão, sendo que este último corresponde igualmente à percentagem de indivíduos que consideram a prática de desporto na Natureza como motivação pouco importante quando decidem viajar para zonas de paisagem natural.

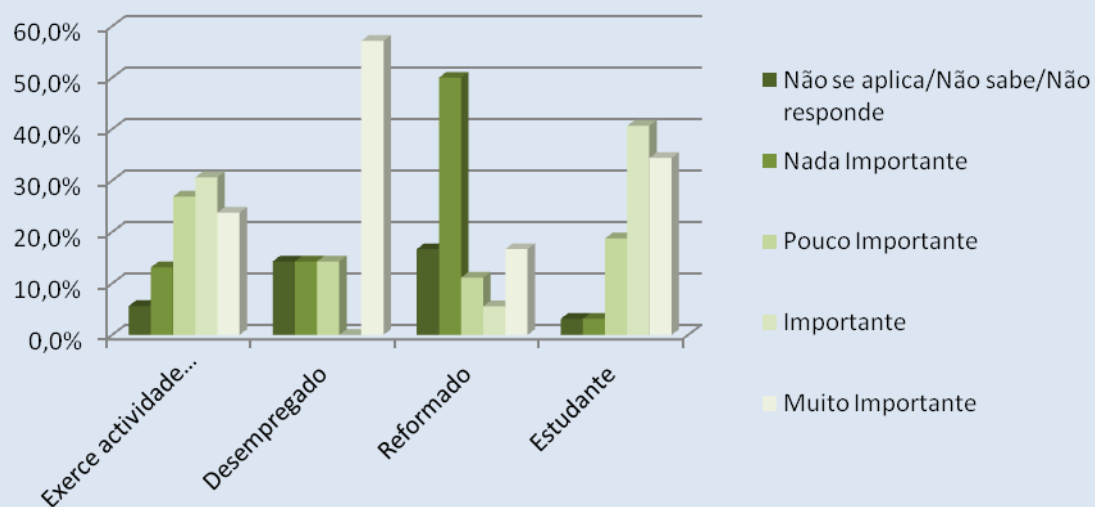
No terceiro escalão verificamos um aumento considerável do peso dos indivíduos que consideram este factor como nada importante, ficando nos 24,6%, e aumentando ainda para 28,3% no escalão referente aos indivíduos com idades mais avançadas. É igualmente no quarto escalão que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que não consideram este factor (11,3%), sendo ainda curioso constatar um aumento do número de sujeitos do terceiro para o quarto escalão que considera muito importante a prática de desportos na Natureza, registando-se uma subida de 13,1% no terceiro escalão para 20,8% no escalão referente aos sujeitos mais idosos.

Gráfico 48.3 - Desporto na natureza/Nível de Escolaridade



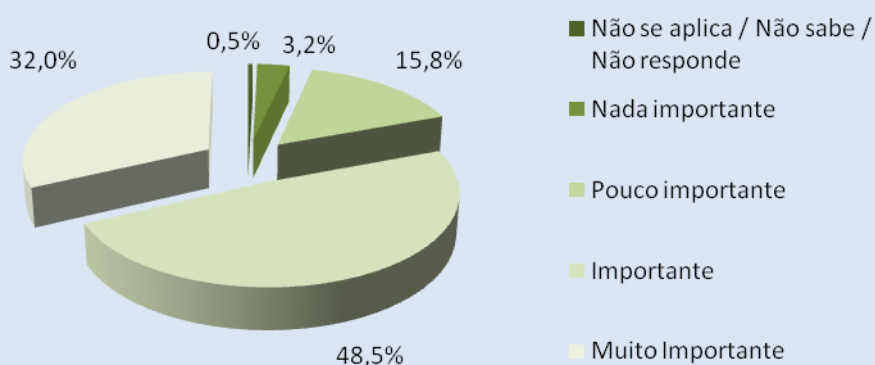
Verificamos que, entre os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário e indivíduos com bacharelato ou licenciatura, a diferença mais significativa encontra-se ao nível dos indivíduos que consideram muito importante a prática de desporto na Natureza, sendo que para o primeiro grupo representa 30,3% da amostra, representando apenas 16% dos indivíduos licenciados. Neste grupo é ainda visível a percentagem elevada de sujeitos que consideram este factor como pouco importante, representando 31% dos inquiridos com este grau académico. São uma vez mais os indivíduos com grau de mestrado ou doutoramento, aqueles que atribuem uma maior importância à prática desportiva na natureza, representando 53,8% da amostra com nível académico superior.

Gráfico 48.4 - Desporto na Natureza/Situação Profissional



Relativamente à análise por situação profissional verificamos que é previsível no grupo dos reformados que se dá menos importância à prática de desporto na Natureza, sendo entre os desempregados e os estudantes que esta motivação ganha mais preponderância. Em relação ao grupo de indivíduos estudantes, é de referir a maior predominância de profissionalmente activos que consideram este factor como pouco importante, representando 26,9% deste grupo profissional.

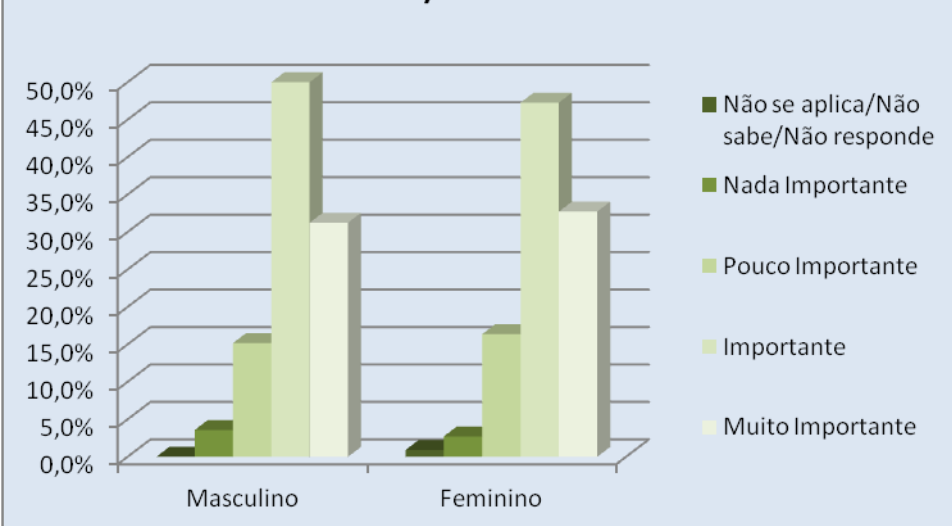
Gráfico 49 - Para apreciar a fauna e a flora locais



As características da natureza circundante, como a fauna e a flora locais, não são das motivações primárias dos turistas que escolhem viajar para

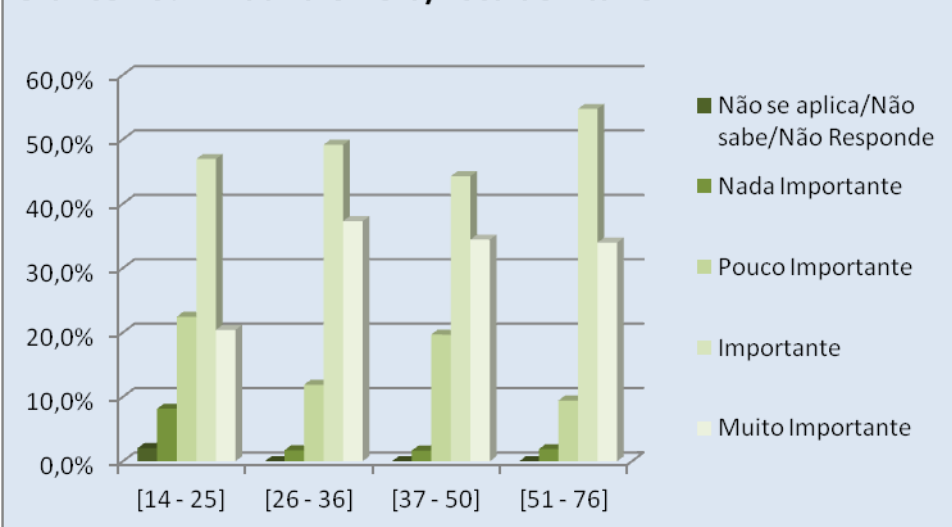
zonas de paisagem natural. Apenas 32% dos inquiridos atribui importância máxima à fauna e flora, enquanto 48,6% diz ser importante, 15,8% diz ser pouco importante, e 3,2% nada importante.

Gráfico 49.1 - Fauna e flora/Género

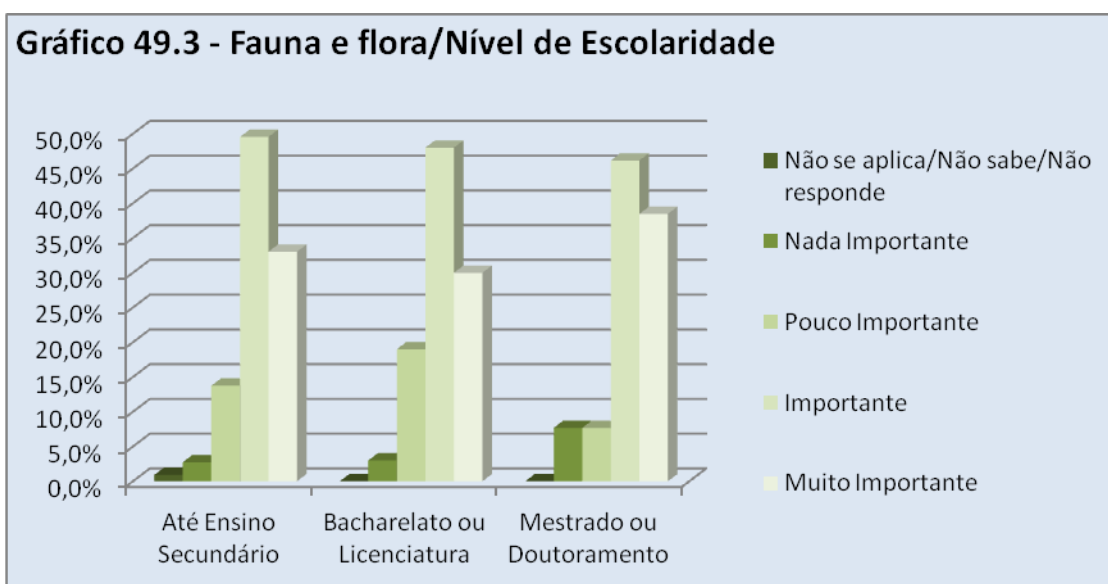


Não se identificam diferenças substanciais entre homens e mulheres, no que diz respeito à importância que cada um dos grupos atribui à apreciação de fauna e flora como motivação para viajar para zonas de paisagem natural. Nota-se no entanto uma ligeira superioridade na percentagem de mulheres que considera esta como motivação muito importante, sendo que metade da amostra do sexo masculino atribui a classificação de importante à fauna e flora locais.

Gráfico 49.2 - Fauna e flora/Escalão Etário



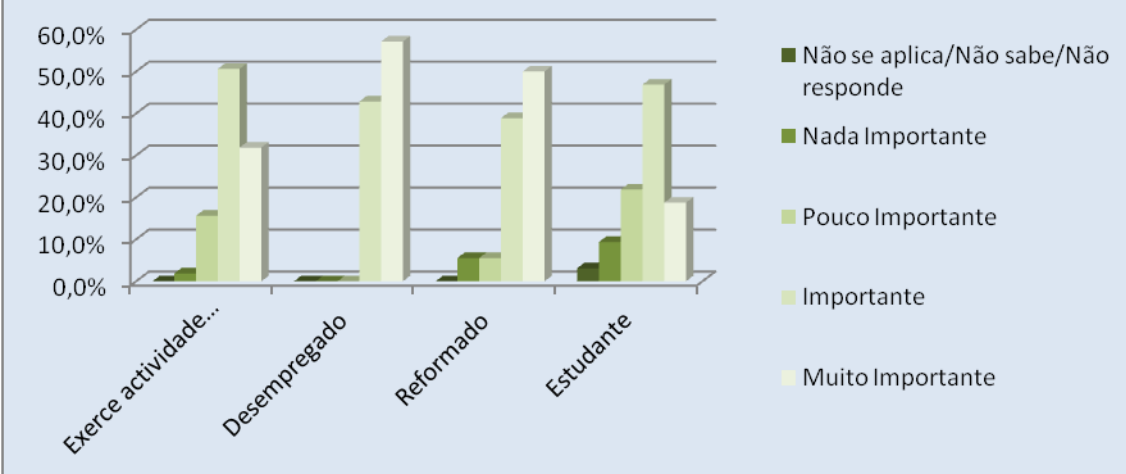
Constatamos, através do Gráfico 49.2, que é no escalão referente aos mais jovens que se dá menor importância a este factor, encontrando-se os restantes 3 bastante equilibrados com 37,3% dos indivíduos do segundo escalão, 34,4% do terceiro e 34% do escalão referente aos indivíduos com idades mais avançadas, a considerarem a fauna e flora da região como factor muito importante. É igualmente no escalão com sujeitos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos que encontramos as percentagens mais elevadas de sujeitos que consideram a fauna e a flora como pouco ou nada importantes (22,4% e 8,2%, respectivamente). Temos ainda que as proporções de inquiridos que atribuem o segundo grau de importância mais elevado a este factor se encontram relativamente equilibradas nos três primeiros escalões, destacando-se no quarto, representando 54,7% da amostra.



São uma vez mais os sujeitos com grau académico mais elevado a dar maior relevância à fauna e flora. Apesar da baixa representatividade na amostra global temos que 38,5% deste grupo considera a fauna e flora como muito importante, enquanto 46,2% diz ser importante.

Não se observam diferenças fundamentais entre o grupo de sujeitos com nível de escolaridade até ao ensino secundário e os indivíduos licenciados, embora seja neste último grupo que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram este factor pouco importante (19%).

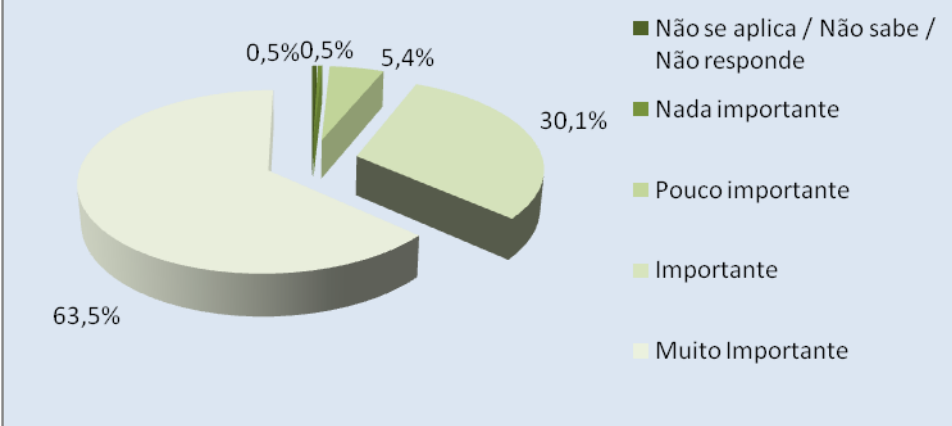
Gráfico 49.4 - Fauna e flora/Situação Profissional



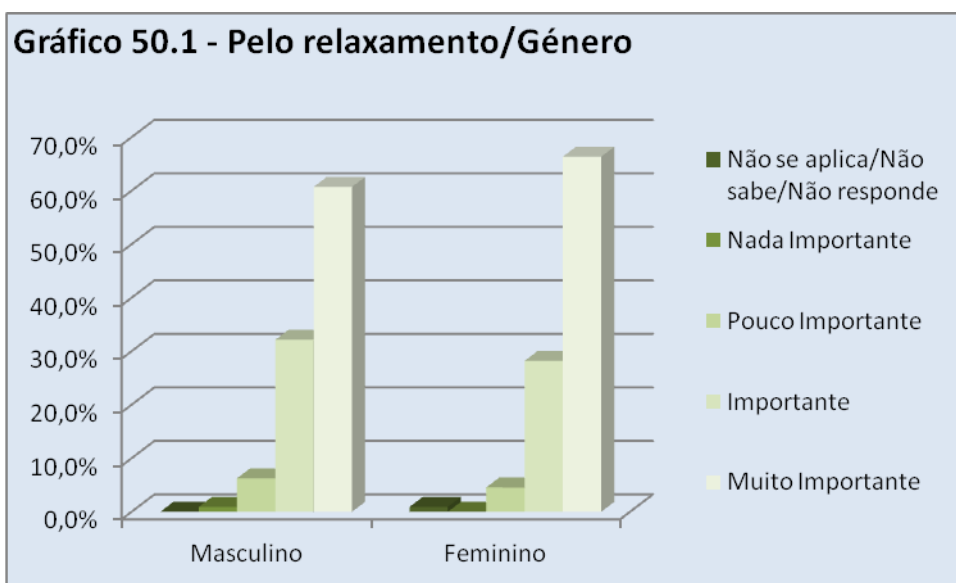
Podemos estabelecer um paralelismo, através da análise do Gráfico 49.4, entre os indivíduos em formação académica e em actividade profissional. Não se distinguem diferenças significativas entre os dois grupos profissionais, mas ainda assim podemos constatar que são os sujeitos que já terminaram a sua formação, e já fazem parte do mercado de trabalho, aqueles que maior importância atribuem à fauna e flora locais, como motivação para viajar para destinos de Natureza, e no caso presente, para a albufeira da Barragem do Alqueva.

É ainda no grupo dos estudantes que encontramos proporção mais elevadas de sujeitos que consideram este factor como pouco importante (21,9%) e nada importante (9,4%).

Gráfico 50 - Porque permite relaxar como mais nenhum local permite

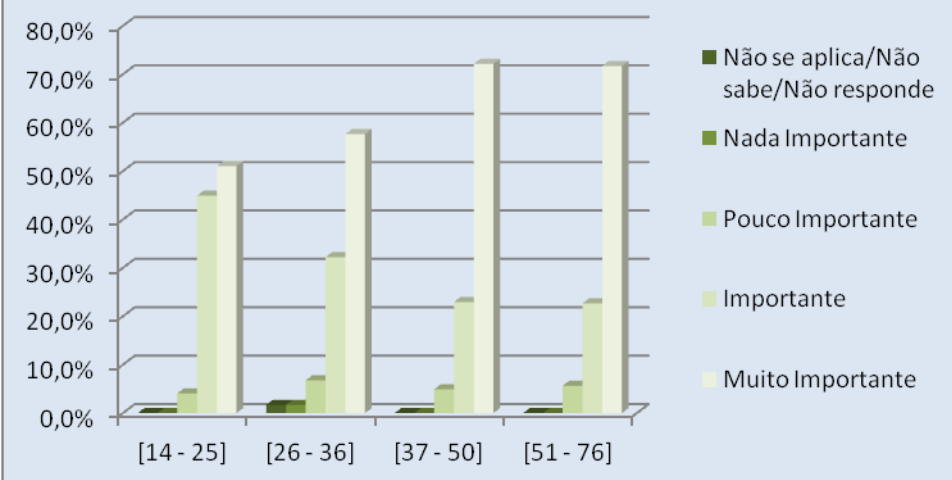


O relaxamento que o local permite é, a par da tranquilidade que a Natureza transmite e da beleza das paisagens naturais, uma das principais motivações, que leva os Turistas a escolher viajar para zonas de paisagem natural. Temos assim que 63,5% dos inquiridos considera esta motivação como muito importante aquando da tomada de decisão, enquanto 30,1% atribui o segundo nível de relevância mais elevado. Apenas 5,9% da amostra considera este factor como pouco ou nada importante.



Analisando o Gráfico 50.1, verificamos que são claramente as mulheres que valorizam mais o relaxamento que a Natureza permite, aquando da tomada de decisão de viajar para uma zona de paisagem natural. Temos que 66,4% dos indivíduos do género feminino considera este factor como muito importante, contra apenas 60,7% dos homens. Podemos ainda verificar que 6,3% dos indivíduos do género masculino considera este factor pouco importante quando escolhe viajar para a Natureza enquanto apenas 4,5% das mulheres atribui esta classificação à motivação em análise.

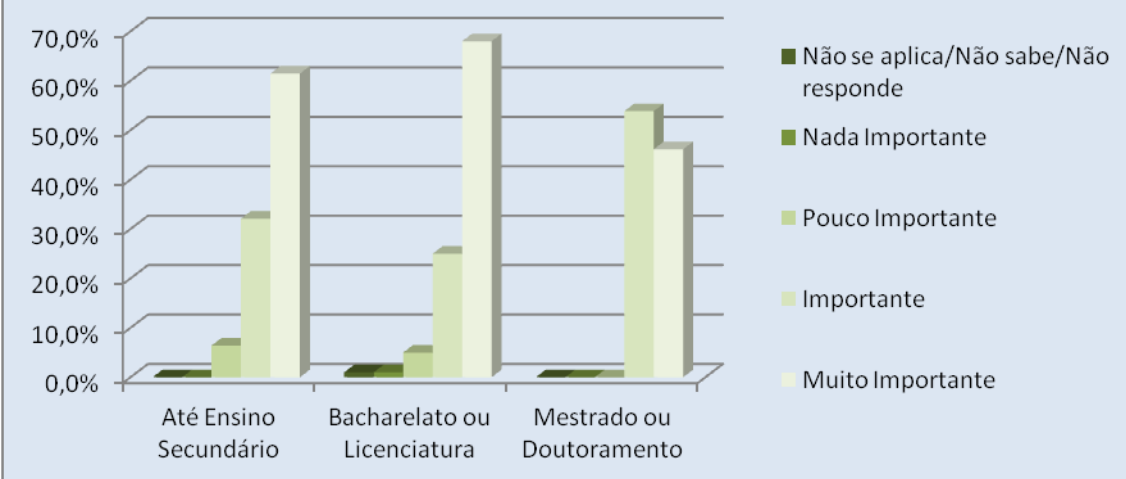
Gráfico 50.2 - Pelo relaxamento/Escalão Etário



Como seria previsível, são os sujeitos com idades mais avançadas que prezam mais o relaxamento que a Natureza permite, quando escolhem viajar para zona naturais. Podemos verificar no Gráfico 50.2 que 72,1% dos indivíduos do terceiro escalão e 71,7% dos indivíduos do quarto escalão consideram esta motivação como muito importante quando decidem viajar para a Natureza. Esta percentagem cai para os 51% no primeiro escalão e para os 57,6% no segundo escalão.

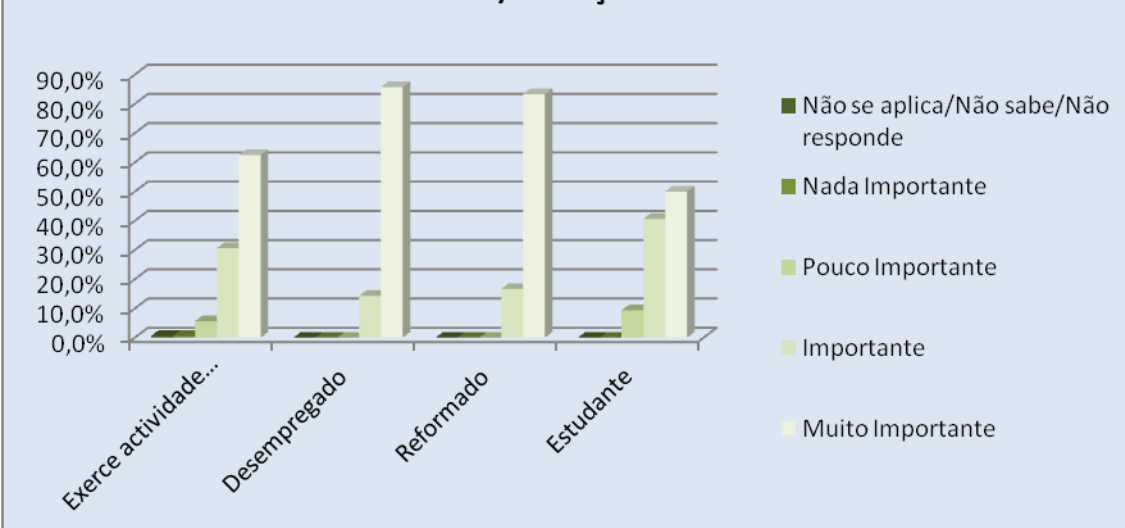
Concluimos facilmente que à medida que a idade do Turista avança mais este preza o relaxamento e a tranquilidade (ver gráfico 43.2) que a Natureza permite.

Gráfico 50.3 - Pelo relaxamento/Nível de Escolaridade



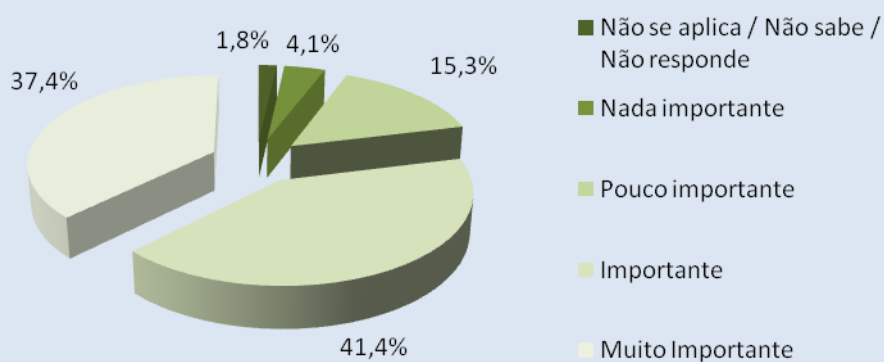
Observando o Gráfico 50.3, verificamos que são os indivíduos com bacharelato ou licenciatura que dão maior valor ao relaxamento que a Natureza permite. Temos que 68% dos sujeitos com este grau académico considera o relaxamento muito importante, sendo esta proporção substancialmente mais baixa no grupo de sujeitos com nível de escolaridade até ao ensino secundário (61,5%) e com mestrado ou doutoramento (46,2%). É ainda no conjunto de sujeitos com grau académico mais baixo que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram este factor como pouco importante no momento de decidirem viajar para a Natureza (6,4%).

Gráfico 50.4 - Pelo relaxamento/Situação Profissional



São uma vez mais os indivíduos reformados (85,7%) e desempregados (83,3%), ou seja, sem actividade profissional ou académica, que dão importância ao relaxamento que a Natureza permite. Observamos ainda que, entre os indivíduos em formação académica e os indivíduos em actividade profissional, as principais diferenças se registam ao nível dos 2 graus superiores sendo que no primeiro grupo as diferenças estão mais esbatidas do que no segundo grupo, onde se verifica uma clara predominância dos indivíduos que consideram este factor como muito importante.

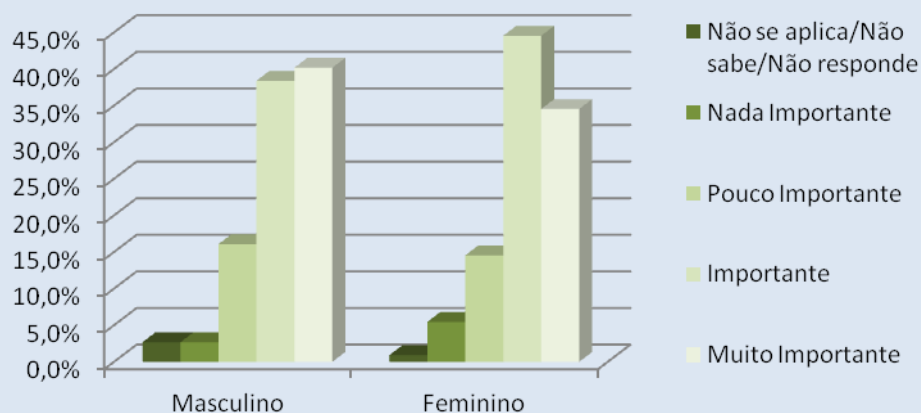
Gráfico 51 - Pela simpatia característica das pessoas que vivem em zonas rurais



A simpatia característica das pessoas que vivem em zonas rurais é igualmente considerada por muitos como uma boa motivação para viajar para zonas de paisagem natural. Famosas por receber bem, e por fazer sentir queridos todos aqueles que visitam as regiões do interior, as populações que vivem em zonas rurais são um factor importante na análise do Turismo de Natureza e do Turismo Rural, como motivação não só se viajar para zonas de Natureza, mas também para se escolher um destino em detrimento de outro, como veremos mais à frente.

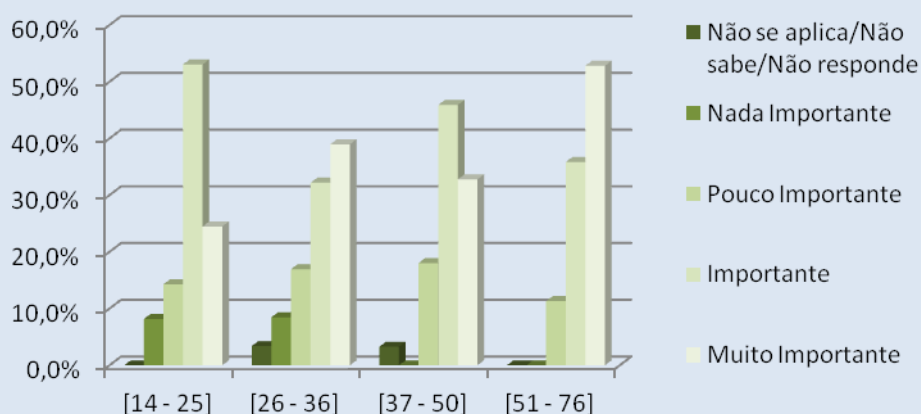
Temos assim que 37,4% da amostra considera este como um factor muito importante quando decide viajar para a Natureza, enquanto 41,4% considera importante, e apenas 19,4% da globalidade da amostra classifica esta motivação como pouco ou nada importante.

Gráfico 51.1 - Simpatia da população local/Género



Analisando a motivação supracitada por género, verificamos que são os homens quem dá maior importância com 40,2% da amostra a atribuir o nível máximo de relevância, contra apenas 34,5% nas mulheres. É também entre os indivíduos do género masculino que encontramos maior preponderância de sujeitos que consideram este factor pouco importante (16,1%).

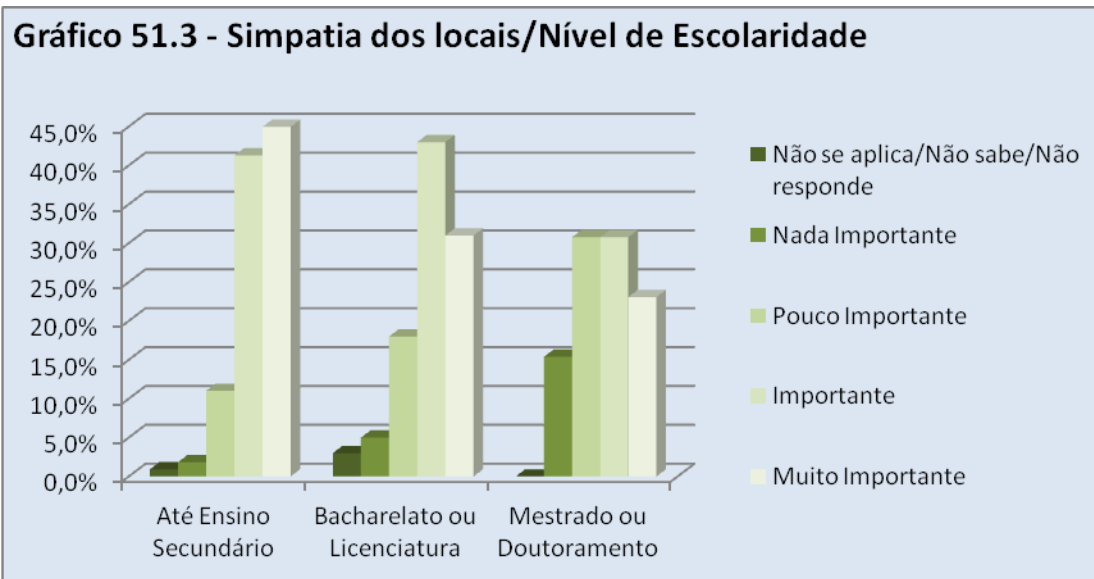
Gráfico 51.2 - Simpatia da população local/Escalão Etário



É no escalão etário referente à população mais idosa que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram este factor como muito importante, englobando mais de metade deste escalão etário. Constatamos ainda que embora a percentagem de jovens que atribuam importância máxima a esta motivação seja a mais baixa entre os 4 escalões,

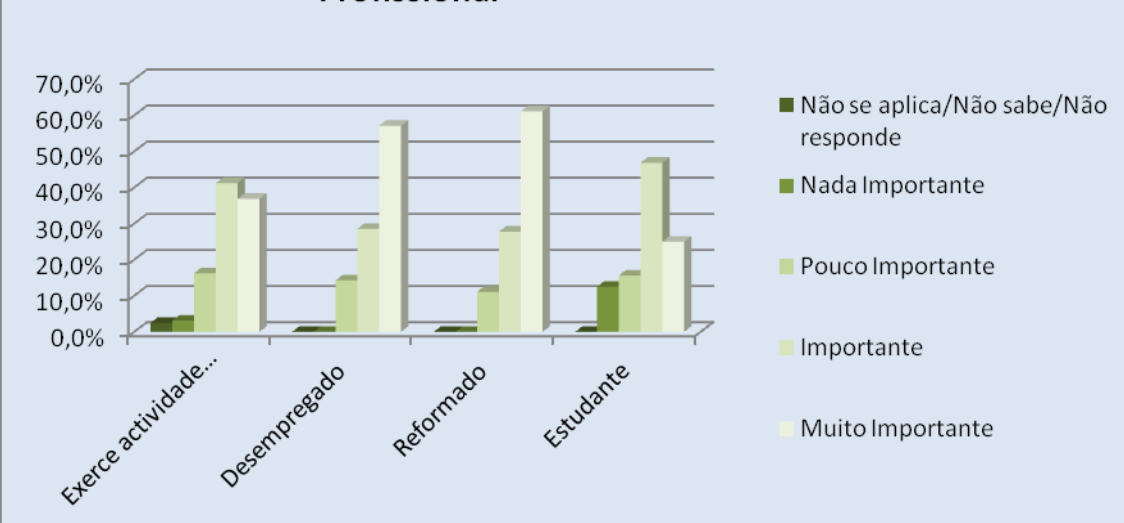
podemos ver que ainda assim 53,1% da amostra entre os 14 e os 25 anos de idade considera este factor muito importante quando escolhe viajar para a Natureza.

De referir ainda que é nos dois escalões intermédios que encontramos as proporções mais elevadas de indivíduos que consideram este factor pouco importante (16,9% no segundo e 18% no terceiro escalão).



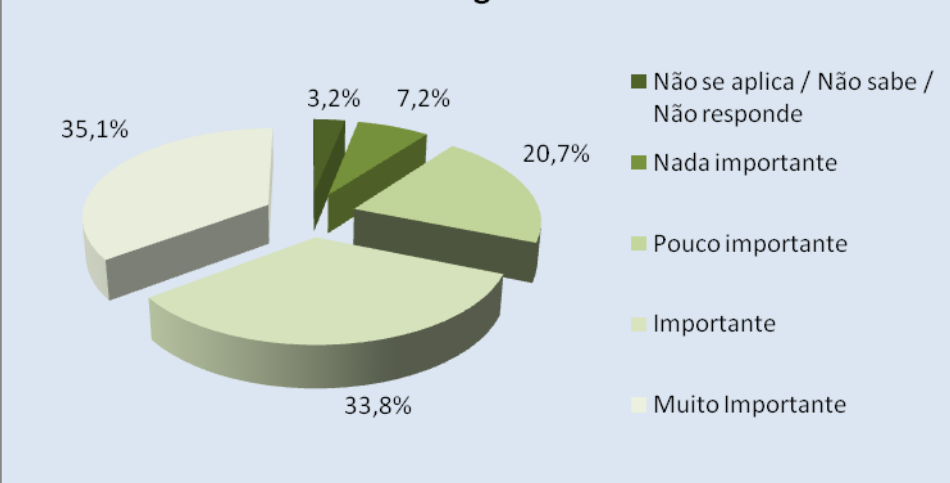
São os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino superior quem mais preza a simpatia da população local, como podemos observar através da análise do Gráfico 51.3. É de resto observável a tendência para este factor diminuir de importância à medida que o grau académico aumenta. Considerando que este é um factor que se relaciona directamente com a sociabilidade da amostra, podemos inferir que indivíduos com nível académico superior terão menor propensão em relacionar-se com as populações locais quando viajam para destinos de Natureza.

Gráfico 51.4 - Simpatia da população local/Situação Profissional



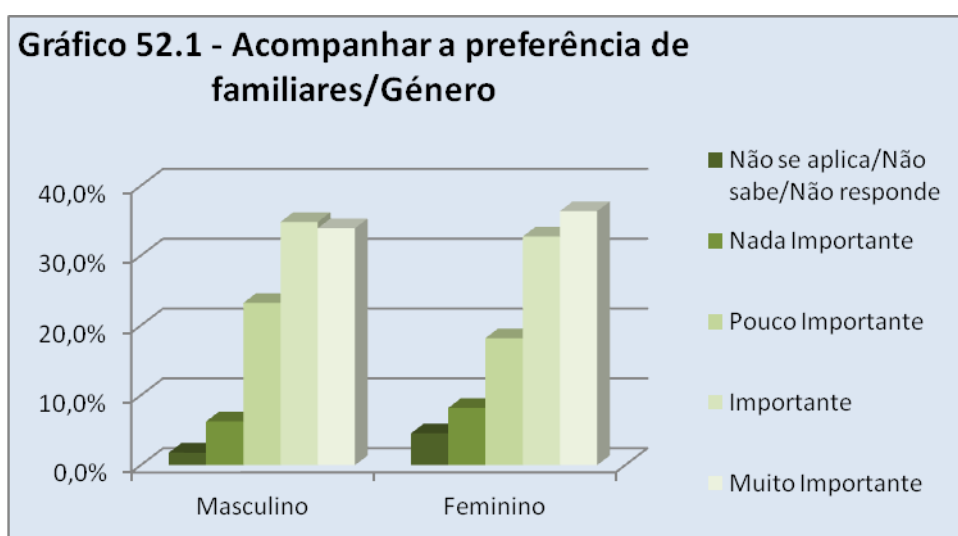
Observando o Gráfico 51.4, podemos verificar que são mais uma vez que os indivíduos em actividade profissional ou académica aqueles que menor importância atribuem ao factor em análise em termos proporcionais. Podemos ainda observar que os indivíduos em actividade profissional dão maior importância à simpatia dos locais comparando com o grupo referente aos estudantes. É ainda entre os estudantes que encontramos a percentagem mais elevada que sujeitos que consideram a motivação em análise como nada importante, representando 12,5% do grupo.

Gráfico 52 - Para acompanhar a preferência de familiares ou amigos



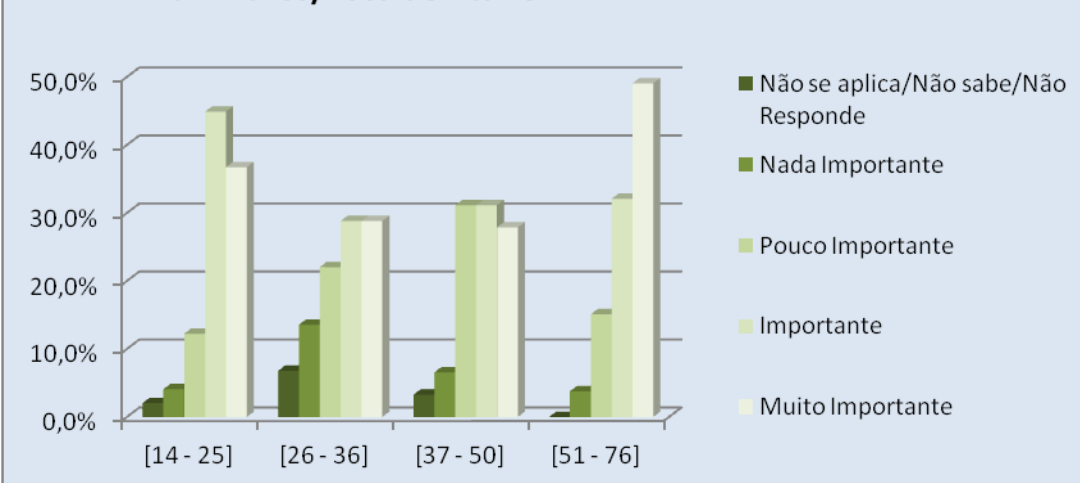
A última motivação em estudo, representada no Gráfico 52, define se o nível de importância que a amostra em estudo atribui a acompanhar a preferência de familiares ou amigos no momento de decidir viajar para a Natureza em detrimento de outro tipo de Turismo.

Temos assim que 35,1% da amostra considera este factor como muito importante, enquanto 33,8% classifica apenas como importante, 20,7% classifica como pouco importante e 7,2% qualifica como nada importante acompanhar a preferência de familiares ou amigos para um destino de Natureza.



Podemos constatar, através da análise do Gráfico 52.1, que são as mulheres quem atribui maior importância a acompanhar a preferência dos demais. Observamos que 36,4% dos indivíduos do género feminino atribui a importância máxima a este factor, contra apenas 33,9% dos indivíduos dos homens. É ainda entre estes últimos, que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram este factor como pouco importante, representando 23,2% da amostra.

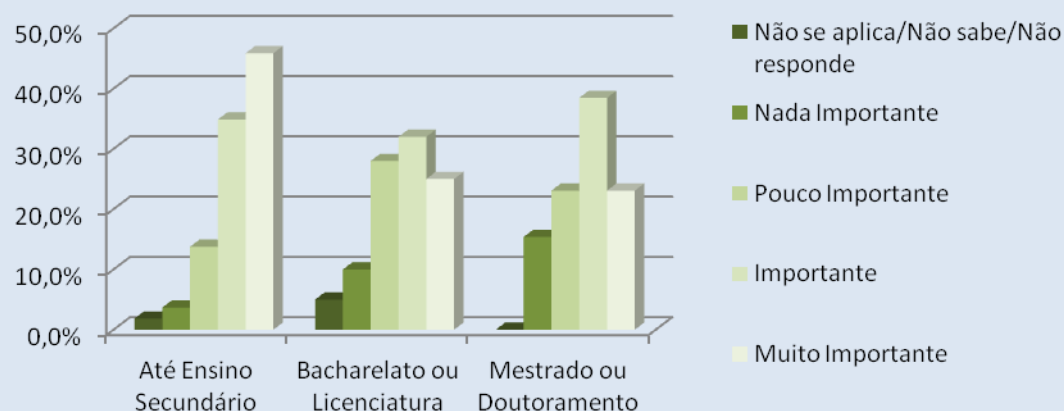
Gráfico 52.2 - Acompanhar a preferência de familiares/Escalão Etário



O gráfico 52.2, mostra-nos que são os indivíduos presentes nos escalões intermédios os menos predispostos a acompanhar as preferências de familiares ou amigos no momento de escolher viajar para a Natureza. Podemos observar que 49,1% dos indivíduos do quarto escalão e 36,7% do primeiro escalão consideram muito importante acompanhar a preferência de familiares ou amigos enquanto são os dois escalões intermédios que apresentam as percentagens mais elevadas de sujeitos que consideram este factor como pouco importante (22% no segundo e 31,1% no terceiro escalão) e nada importante (13,6% no segundo e 6,6% no terceiro escalão).

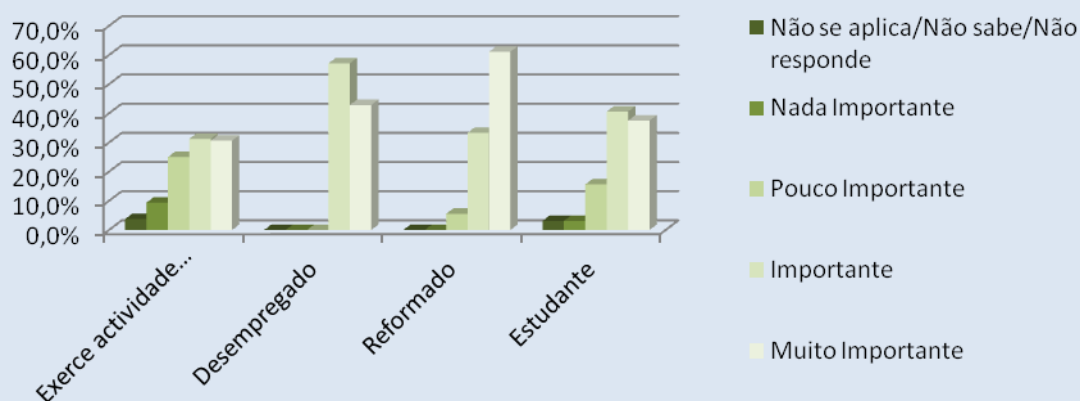
Podemos ainda constatar que mais de dois terços da amostra correspondente aos indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos de idade consideram que acompanhar a preferência de familiares ou amigos quando viajam para a Natureza como uma motivação importante ou muito importante.

Gráfico 52.3 - Acompanhar preferência de familiares/Nível de Escolaridade



São os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário aqueles mais disponíveis para acompanhar preferência de familiares ou amigos. Podemos inferir, relacionando com o Gráfico 52.2, que este facto se deve ao nível de independência que indivíduos com nível académico até ao ensino secundário possam ter, ou por ainda se encontrarem a estudar, ou por, estando empregados, não terem a margem de manobra económica para não terem de viajar em grupo. Como no grupo de indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos de idade, aqui mais de dois terços da amostra considera este factor importante ou muito importante.

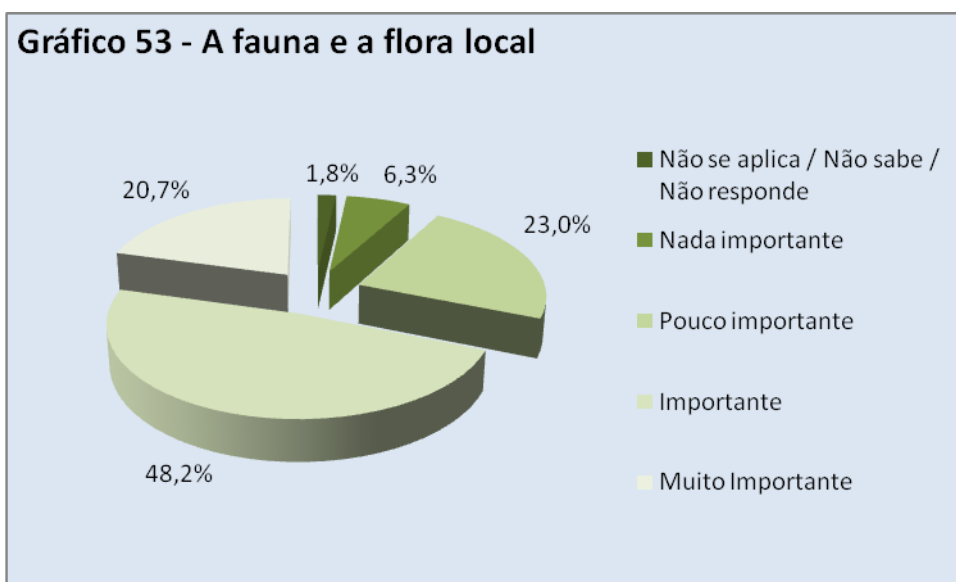
Gráfico 52.4 - Acompanhar preferencia de familiares/Situação Profissional



Como seria previsível são os indivíduos sem actividade laboral ou académica aqueles que mais prezam a preferência de familiares ou amigos aquando da tomada de decisão de viajar para a Natureza. Mais de 60% dos indivíduos reformados classifica este factor como muito importante, enquanto nos indivíduos desempregados este valor queda-se pelos 42,9%. É ainda no grupo de indivíduos que exercem actividade profissional que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que classificam este factor como pouco importante (25%) ou nada importante (9,4%).

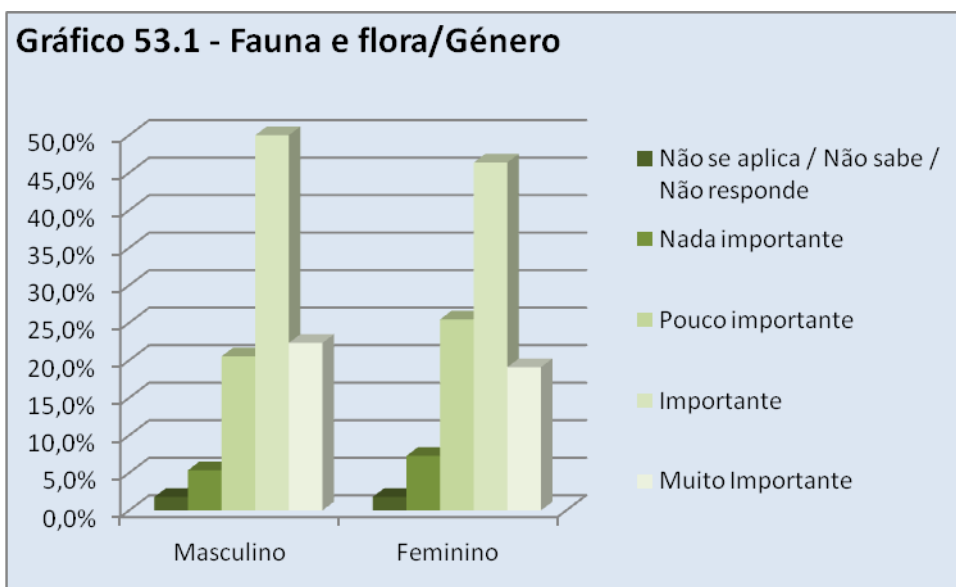
3.2.2. Selecção de Destino

O segundo factor em análise prende-se com as motivações que levam o Turista a escolher um destino de Natureza. Mantendo presente que estamos a estudar uma amostra relativa ao Turismo de Natureza na Barragem do Alqueva, o estudo desta variável torna-se importante para entendermos se a oferta se adequa à procura junto ao Grande Lago.



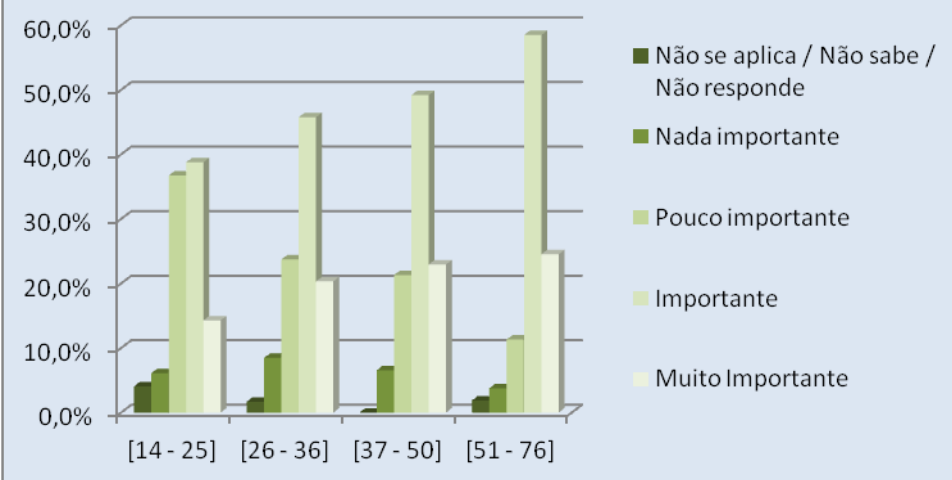
Como sabemos, as características da paisagem natural da região interior leste alentejana são únicas, assim como a fauna e a flora locais, factor que decidimos estudar até que medida contribui para atrair Turistas e entusiastas pela Natureza.

Apenas 20,7% da amostra atribui o nível de importância mais elevado à fauna e flora local no momento de seleccionar um destino de Natureza em detrimento de outro, enquanto 48,2% considera este factor importante. Temos depois que 23% dos inquiridos consideram a fauna e a flora pouco importante, 6,3% considera nada importante, e 1,8% diz não considerar este factor quando selecciona um destino de Natureza em prejuízo de outro.



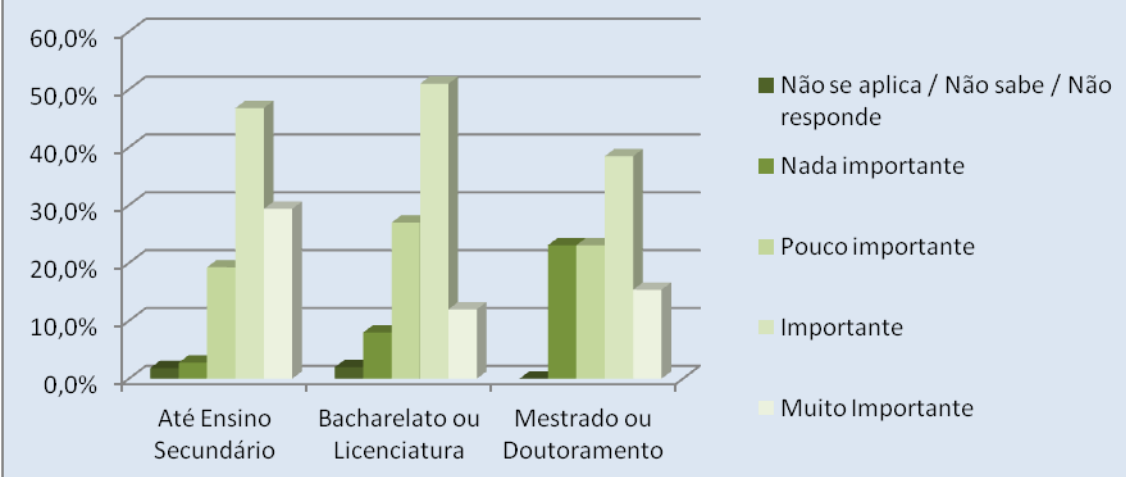
Observamos através da análise do Gráfico 53.1, que são os indivíduos do sexo masculino os que maior peso atribuem à fauna e flora no momento de seleccionarem um destino, com 22,3% a considerar este factor muito importante, e 50% a considerar importante. São as mulheres quem menos considera a fauna e flora com 25,5% da amostra representativa do sexo feminino a considerar pouco importante, e 7,3% a considerar nada importante.

Gráfico 53.2 - Fauna e flora/Escalão Etário



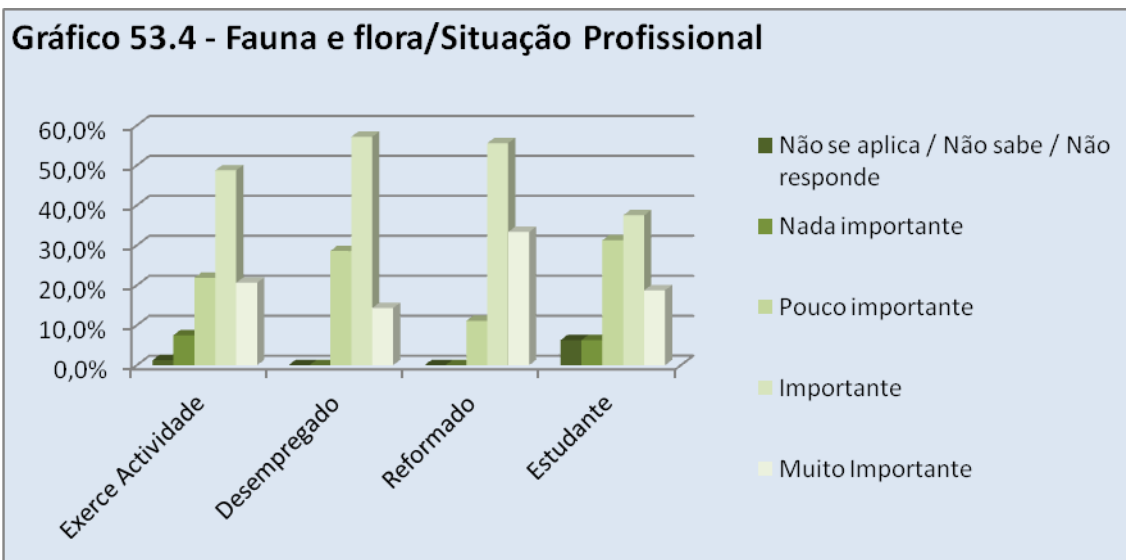
Observando o Gráfico 53.2, referente à análise do peso da fauna e da flora por escalão etário, identificamos uma tendência para o aumento da importância deste factor na selecção de um destino com o aumento da idade. Podemos verificar que a proporção de indivíduos que consideram este factor importante ou muito importante aumenta entre os escalões à medida que as idades avançam, enquanto encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram a fauna e a flora pouco importantes no primeiro escalão, sendo que essa percentagem vai diminuindo de escalão para escalão.

Gráfico 53.3 - Fauna e flora/Nível de Escolaridade



Curiosamente, são os indivíduos com nível de escolaridade mais baixo que atribuem maior importância à fauna e flora locais no momento de seleccionar um destino de Natureza. Seria de esperar que, quanto maior fosse o grau académico, mais elevado seria o nível de percepção ambiental, mas constatamos, através do Gráfico 53.3, que no momento de seleccionar um destino de Natureza, são os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino superior, que maior importância atribuem à fauna e flora dos locais seleccionados. Temos aqui que 29,4% e 46,8% dos inquiridos com nível de escolaridade até ao ensino superior consideram a fauna e flora como muito importante e importante, respectivamente. Apenas 19,3% dos indivíduos com este grau académico considera este factor pouco importante.

Podemos verificar depois que 35% da amostra dos indivíduos com bacharelato ou licenciatura consideram este factor pouco ou nada importante, mas é surpreendentemente entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento que temos a proporção mais elevada de sujeitos que desconsideram este factor com 23,1% da amostra a atribuir à fauna e flora o nível mais baixo de importância. Esta é igualmente a percentagem de indivíduos que considera a motivação em análise pouco importante.

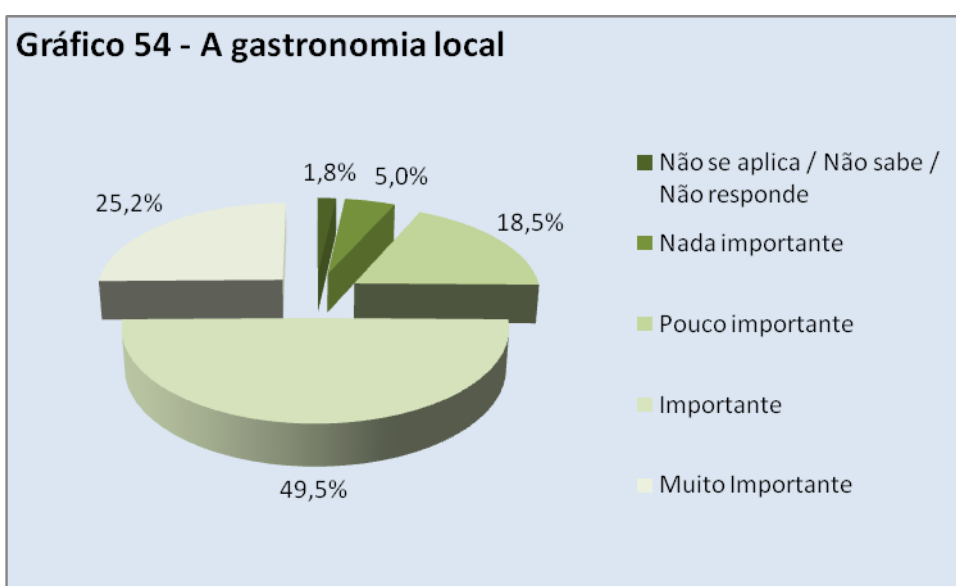


No Gráfico 53.4, verificamos que são os indivíduos em idade de reforma os que conferem maior valor à fauna e flora locais no momento de seleccionar um destino de Natureza. Um terço da amostra deste grupo profissional atribui o

nível máximo de importância a este factor, com 55,6% a considerá-lo importante.

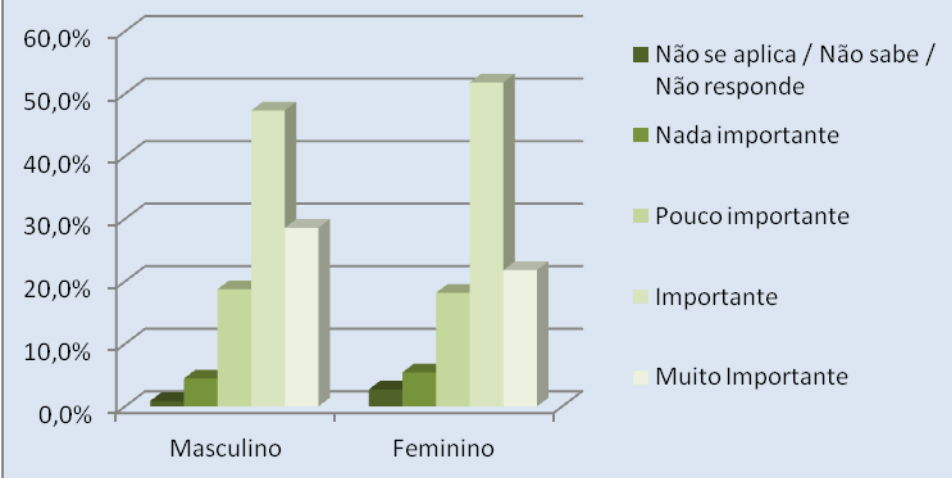
Entre os sujeitos em actividade profissional, 20,6% classifica a fauna e a flora como muito importante, 48,8% considera importante, 21,9% diz ser pouco importante, enquanto 7,5% diz ser nada importante.

É entre os estudantes que encontramos a proporção mais elevada de sujeitos que consideram a fauna e a flora locais pouco importante quando seleccionam um destino de Natureza em detrimento de outro (31,3%).



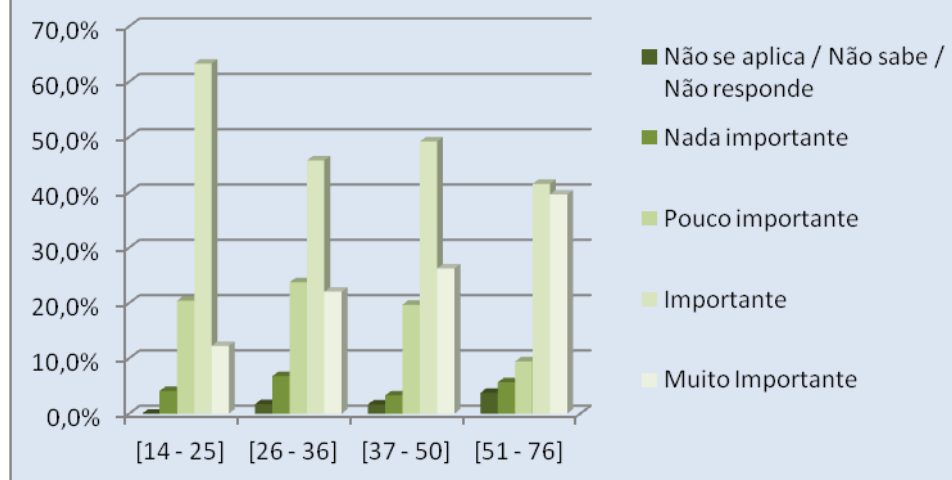
Como já foi abordado, a gastronomia típica alentejana pode tornar-se num dos grandes atractivos da região do Alqueva. Verificamos, no Gráfico 54, que 25,2% da amostra considera este factor muito importante, quando selecciona um destino em prejuízo de outro, enquanto 49,5% considera importante, 18,5% considera a gastronomia local pouco importante, e 5% considera nada importante, no momento de tomada de decisão.

Gráfico 54.1 - Gastronomia local/Género



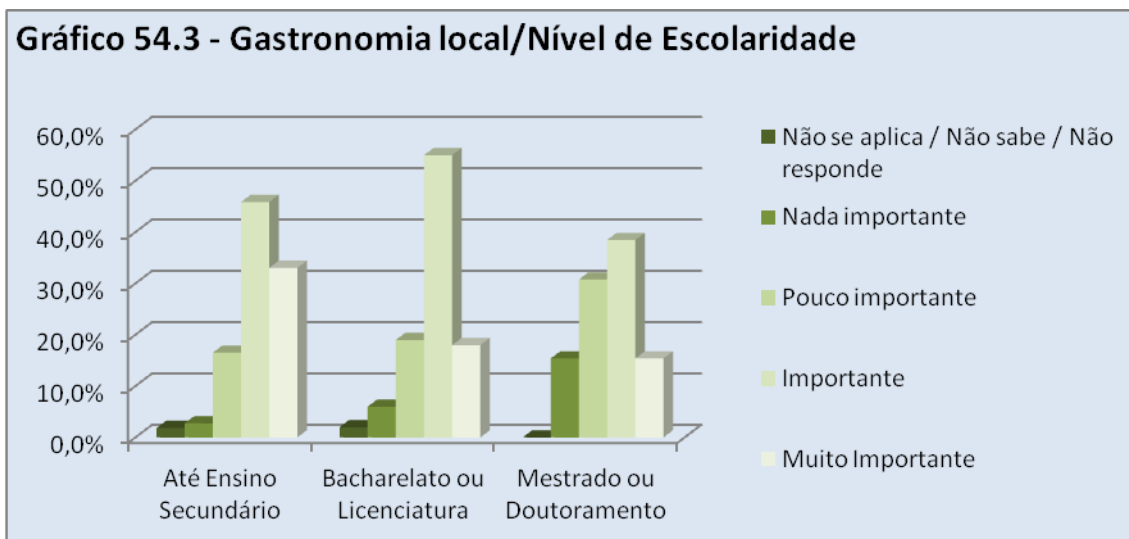
São os homens quem maior importância atribui à gastronomia, com 28,6% da amostra a classificar este factor como muito importante, contra apenas 21,8% das mulheres. É igualmente entre as mulheres que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que não consideram este factor (2,7%), ou que o consideram nada importante (5,5%).

Gráfico 54.2 - Gastronomia local/Escalão Etário



Verificamos mais uma vez a tendência de aumento da importância atribuída ao factor em análise à medida que as idades dos inquiridos avançam. É no grupo de indivíduos com idades compreendidas entre os 51 e os 76 anos que encontramos a proporção mais elevada de sujeitos a atribuir a classificação mais elevada à gastronomia local com 39,6% da amostra deste escalão a considerar este factor muito importante. Relativamente à

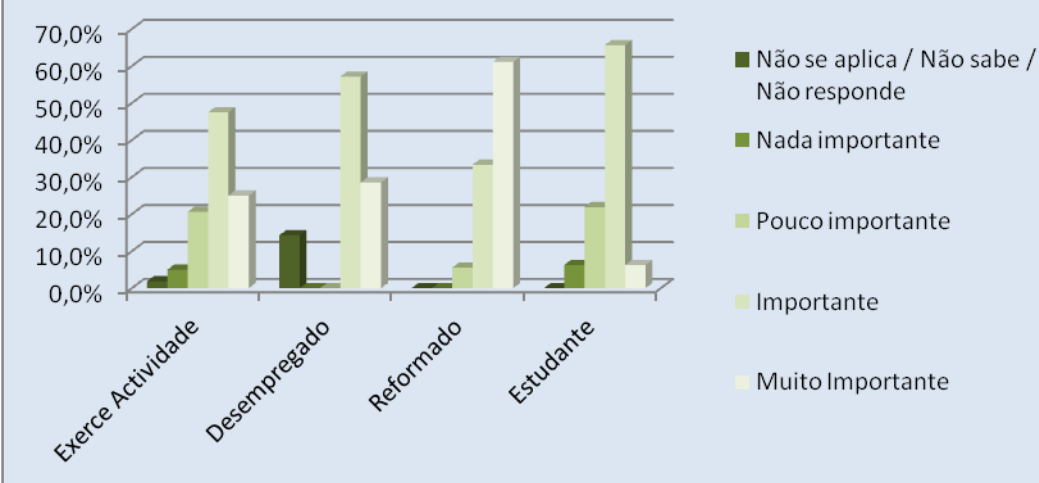
percentagem de indivíduos que considera a gastronomia pouco importante no momento de seleccionar um destino de Natureza, verificamos uma tendência decrescente do segundo ao quarto escalão, fixando-se nos 20,4% no primeiro escalão.



Decompondo a análise da gastronomia local por nível de escolaridade, observamos que são indivíduos com um nível de escolaridade até a ensino secundário aqueles que mais consideram este factor no momento de seleccionar um destino em detrimento de outro. Mais de dois terços da amostra referente a este grupo considera atribui um dos dois níveis máximos de importância à gastronomia local.

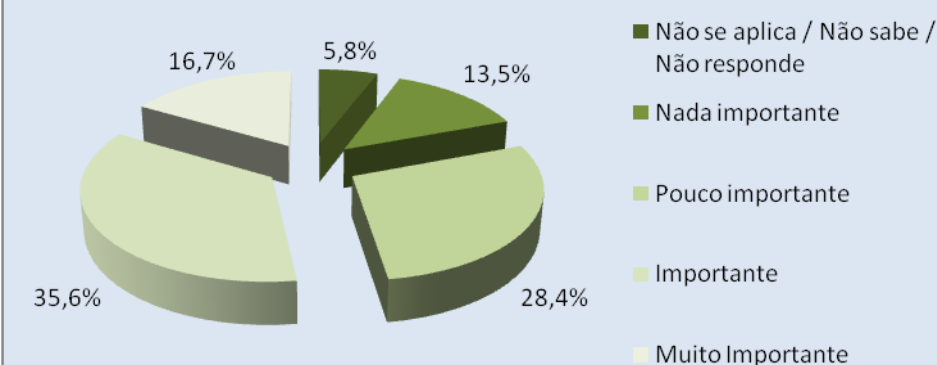
Verifica-se ainda uma tendência de diminuição da preponderância deste factor à medida que o grau académico aumenta. Tendência inversa verifica-se na proporção de indivíduos que consideram a gastronomia pouco importante ou nada importante, sendo que é no grupo referente aos sujeitos com mestrado ou doutoramento que vamos encontrar as proporções mais elevadas (30,8% e 13,4%, respectivamente).

Gráfico 54.4 - Gastronomia local/Situação Profissional



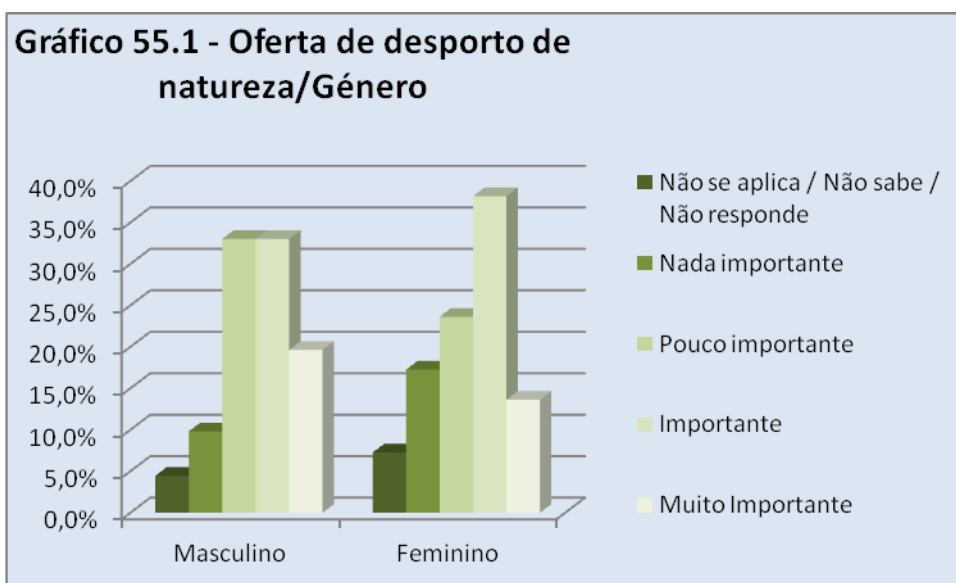
É entre os indivíduos sem actividade académica ou profissional que encontramos as percentagens mais elevadas dos que consideram a gastronomia local como factor muito importante na escolha de um destino de Natureza (28,6% no grupo dos desempregados e 61,1% no grupo dos reformados). Podemos igualmente constatar que é entre os indivíduos em actividade profissional e estudantes, que encontramos as percentagens mais elevadas de sujeitos a considerar o factor em análise como pouco importante (20,6% e 21,9% respectivamente) e nada importante (5% e 6,3% respectivamente).

Gráfico 55 - Oferta de prática de Desportos de Natureza



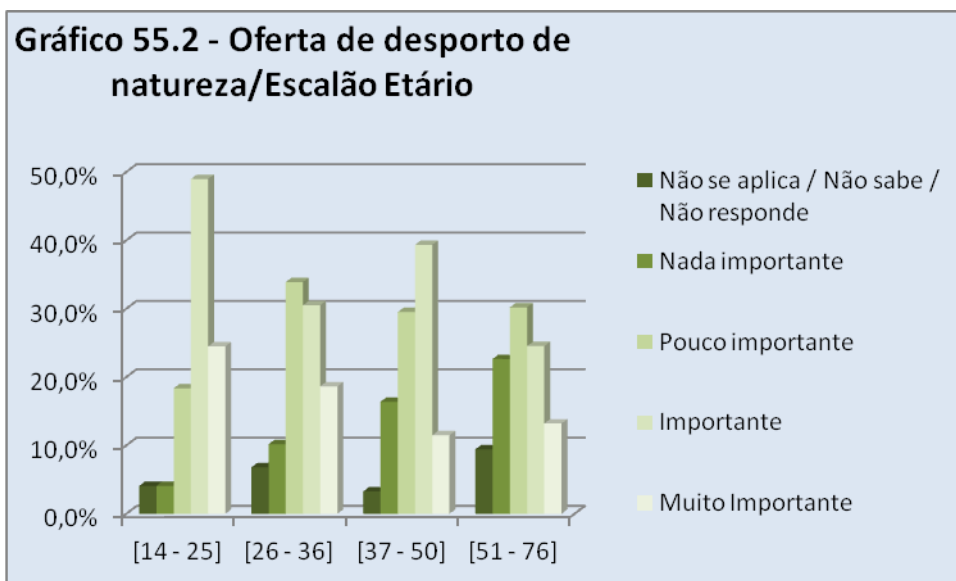
Dentro da amostra, verificamos que a percentagem de indivíduos que consideram muito importante a oferta de prática de desportos de Natureza, no momento de seleccionar um destino de viagem, é baixa, englobando apenas 16,7% dos inquiridos. Este facto pode estar directamente relacionado com a falta de oferta na região da Albufeira do Grande Lago, queixa comum entre os inquiridos, em conversas informais mantidas aquando do levantamento de dados.

Ainda assim, podemos observar que 35,6% considera este factor importante, enquanto 28,4% diz ser pouco importante, e 13,5% atribui o nível mais baixo de relevância aquando da selecção de um destino de Natureza. Temos depois que 5,8% da amostra diz não considerar este factor quando selecciona um destino em detrimento de outro.



É entre os indivíduos do sexo masculino que encontramos a proporção mais elevada de inquiridos que atribuem o nível mais elevado de importância à oferta de prática de desportos de natureza, com 19,6% a considerar este factor muito importante, contra apenas 13,6% das mulheres. No entanto, é igualmente entre os homens que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que concordam que a oferta de prática de desportos em zonas naturais é pouco importante no momento de seleccionar um destino de natureza em prejuízo de outro, sendo que é a mesma proporção de indivíduos que consideram o factor importante (33%). É entre as mulheres que

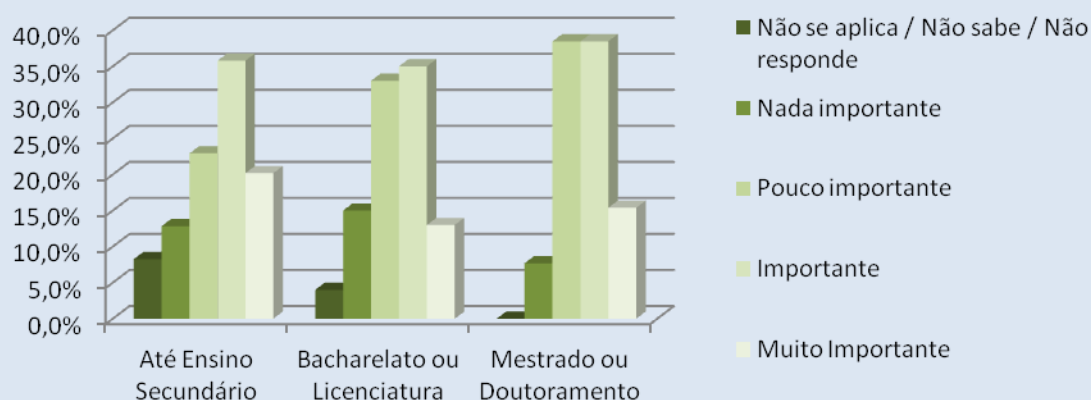
encontramos as percentagens mais elevadas de inquiridos que consideram a oferta de desportos de natureza nada importante (17,3%), ou que não consideram o factor no momento de seleccionar o destino de viagem.



Podemos observar, através da análise do Gráfico 55.3 referente à oferta da prática de desportos de natureza por escalão etário, a tendência aumento da desconsideração por este factor à medida que a idade aumenta entre os 4 escalões. Temos assim, que é no primeiro escalão que encontramos a proporção mais baixa de indivíduos que consideram o factor pouco importante, enquanto é no escalão com indivíduos com idades compreendidas entre os 51 e os 76 anos de idade que esta percentagem atinge o valor mais elevado entre os 4 escalões (22,6%).

Verificamos ainda que é entre os mais jovens que se dá maior importância à oferta de desportos de natureza, com 24,5% da amostra referente aos indivíduos entre os 14 e os 25 anos de idade a atribuir importância máxima ao factor. Vemos ainda que este valor decresce para o segundo escalão e para o terceiro escalão, voltando a registar ligeira subida no escalão referente aos indivíduos com idades mais avançadas.

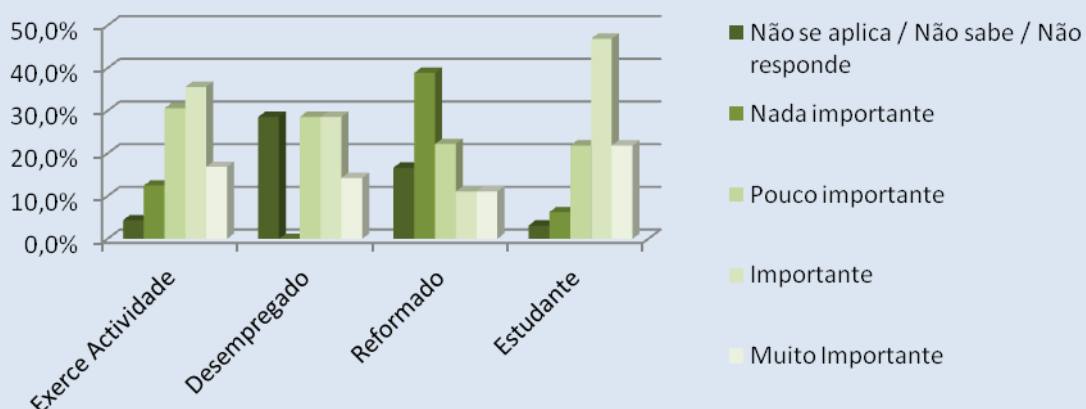
Gráfico 55.3 - Oferta de desporto de natureza/Nível de Escolaridade



São os indivíduos com grau académico mais baixo aqueles que maior importância atribui à oferta de desportos de natureza no momento de seleccionar um destino de natureza em detrimento de outro, com 20,2% dos indivíduos com um nível de escolaridade até ao ensino secundário a considerar este factor como muito importante.

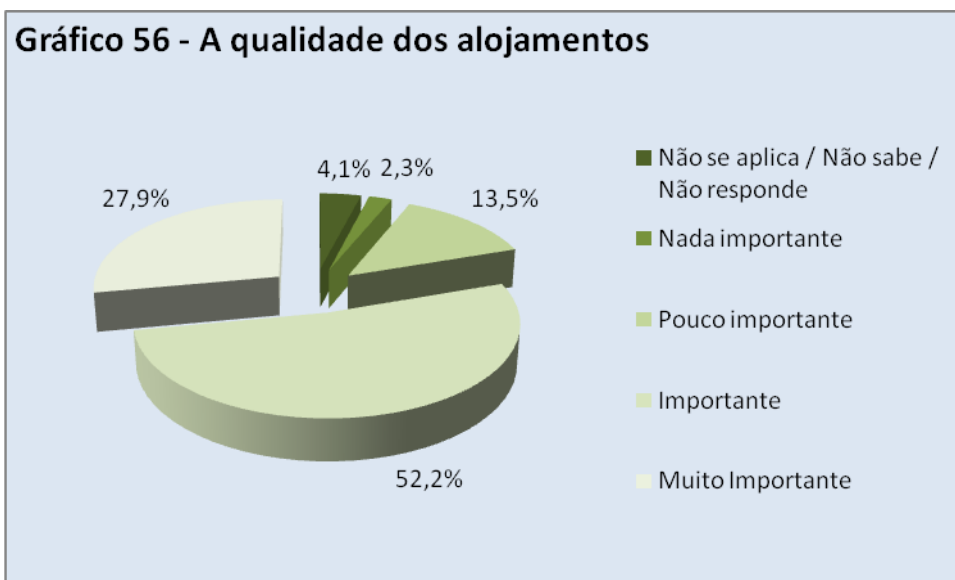
Verificamos ainda uma tendência de crescimento da proporção de indivíduos que considera o factor pouco importante à medida que o nível de escolaridade aumenta, mas é entre os indivíduos licenciados que encontramos a percentagem mais elevada daqueles que consideram a oferta da prática de desportos de natureza nada importante (15%).

Gráfico 55.4 - Oferta de desporto de natureza/Situação Profissional



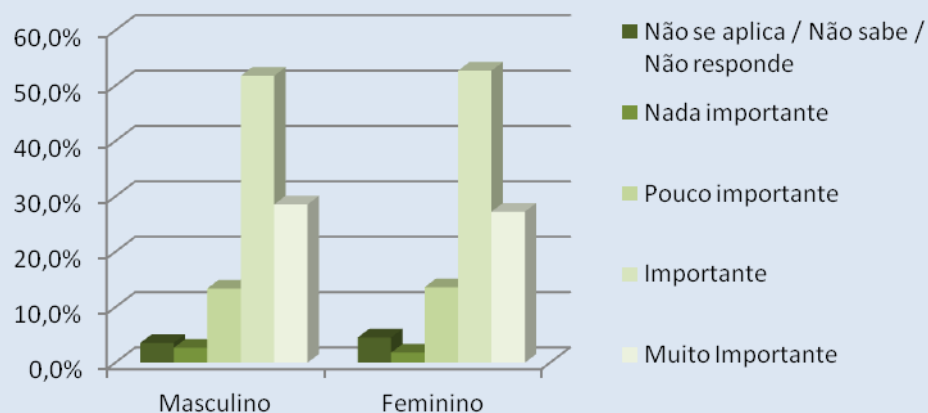
Previsivelmente é entre os reformados que se atribui menor importância à oferta da prática de desportos de natureza com 38,9% destes a considerar o factor nada importante. São os sujeitos em actividade profissional ou académica que maior importância atribui à oferta de prática de desportos de natureza no momento de seleccionarem um destino de viagem.

Podemos ainda verificar que é entre os sujeitos em actividade profissional que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram este factor pouco importante (30,6%). De relevar ainda que mais de dois terços da amostra referente a estudantes considera a oferta de prática de desportos de natureza importante ou muito importante aquando da selecção de um destino de natureza em detrimento de outro.



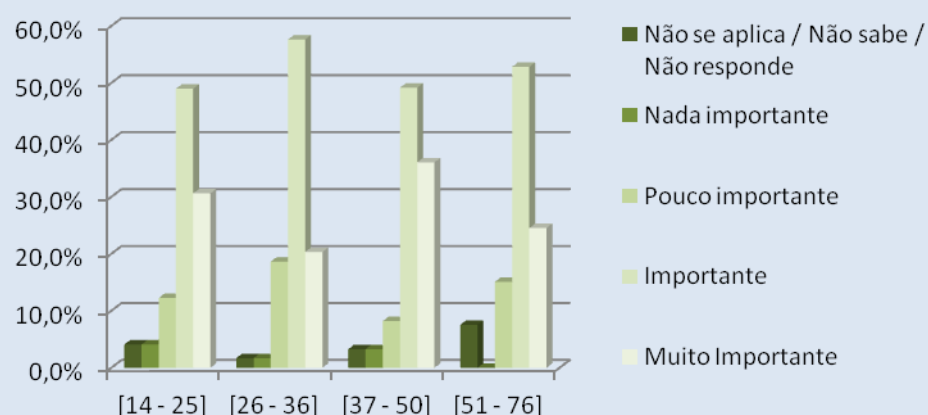
Mais de metade da amostra do estudo considera a qualidade dos alojamentos importante no momento de seleccionar um destino de Natureza, enquanto apenas 27,9% atribui o nível máximo de importância a este factor. Temos depois que 13,5% considera a qualidade dos alojamentos pouco importante, 2,3% atribui o nível mais baixo de importância, enquanto 4,1% não considera este factor no momento de seleccionar um destino em prejuízo de outro.

Gráfico 56.1 - Qualidade dos alojamentos/Género

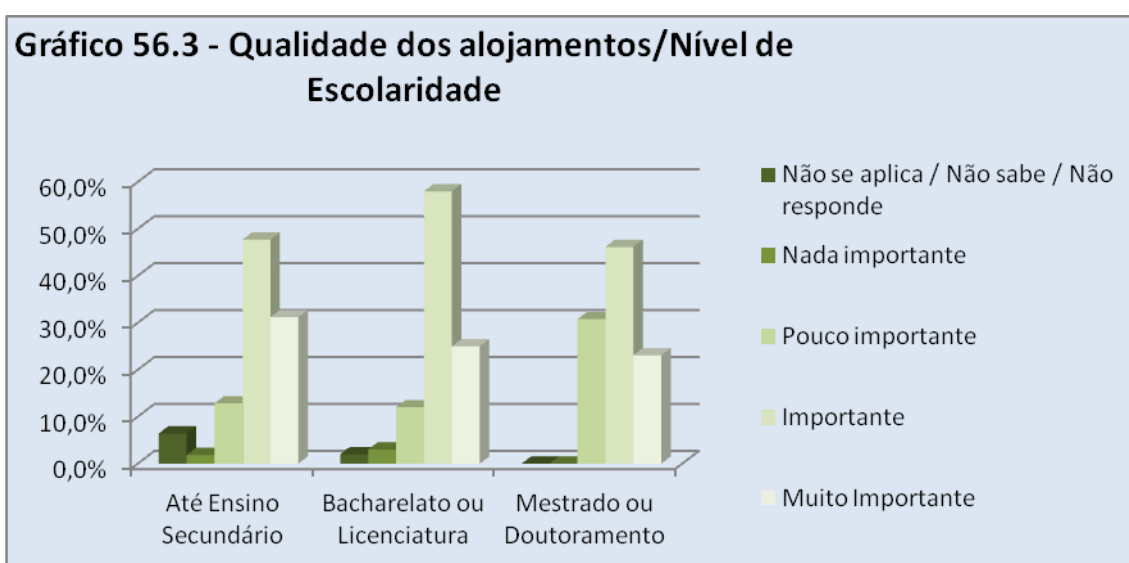


Embora não se notem diferenças significativas entre homens e mulheres, são os primeiros que atribuem uma maior relevância à qualidade dos alojamentos no momento de seleccionar um destino de natureza. Temos assim que, em termos proporcionais, 28,6% dos homens considera a qualidade dos alojamentos muito importante, contra 27,3% das mulheres. No entanto, a diferença não é significativa, e tal como se pode observar no Gráfico 56.1, todos os outros níveis de importância se encontram igualmente equivalentes entre si.

Gráfico 56.2 - Qualidade dos alojamentos/Escalão Etário

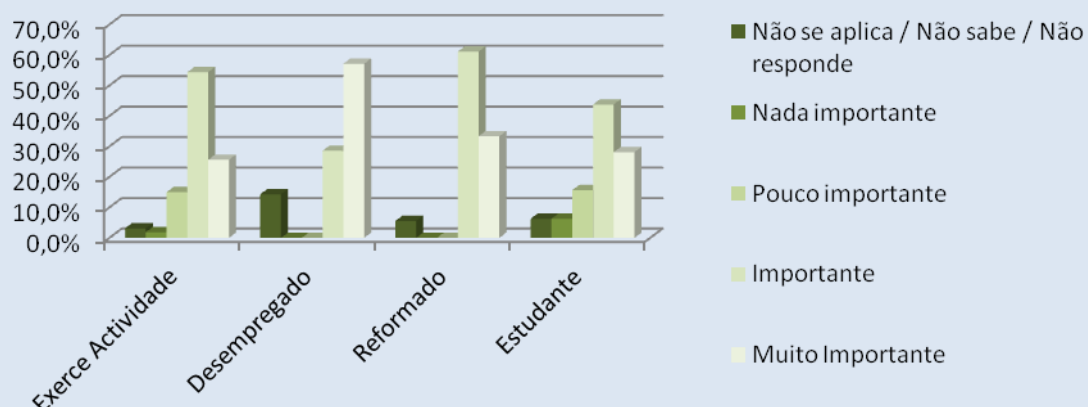


É entre os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos de idade que maior relevância se atribui à qualidade dos alojamentos no momento de seleccionar um destino de natureza em detrimento de outro, com 36,1% dos sujeitos a considerar este factor muito importante. Segue-se o escalão referente aos mais jovens em que 30,6% dos inquiridos atribui classificação máxima à variável em análise. Vai ser entre os indivíduos do segundo escalão com idades entre os 26 e os 36 anos que se encontra a proporção mais elevada de inquiridos a considerar o factor pouco importante para seleccionar um destino de natureza.



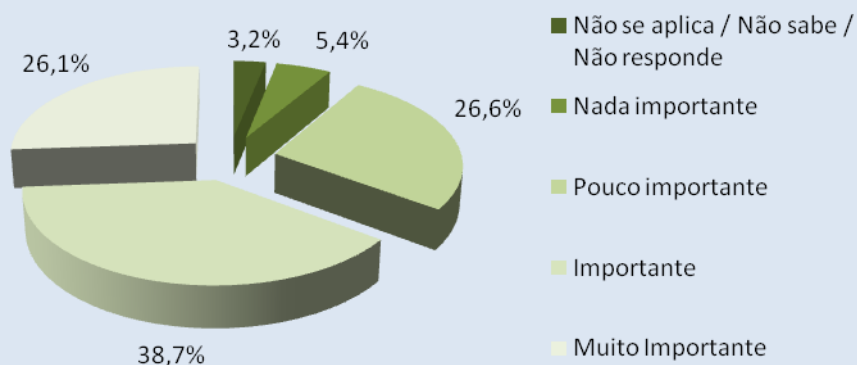
É entre os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário que maior importância é conferida à qualidade dos alojamentos no momento de seleccionar um destino de Natureza. Temos ainda que é entre os sujeitos com grau académico mais elevado que encontramos a proporção mais elevada de sujeitos que consideram o factor em análise pouco importante, mantendo presente a baixa representatividade deste grupo na amostra global.

Gráfico 56.4 - Qualidade dos alojamentos/Situação Profissional



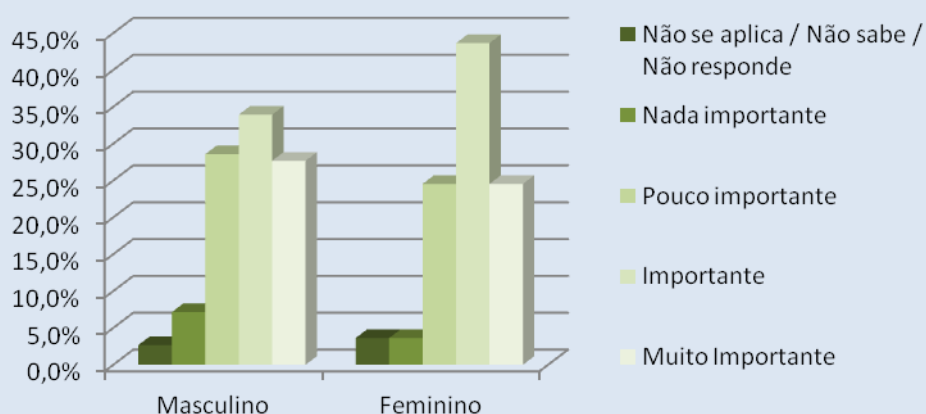
Estabelecendo uma vez mais o paralelismo entre os indivíduos em actividade profissional e os indivíduos estudantes verificamos embora a percentagem de estudantes que considera a qualidade dos alojamentos muito importante seja ligeiramente superior à de indivíduos no mercado de trabalho, a percentagem destes que atribui o segundo nível máximo de importância é significativamente superior à percentagem de estudantes que partilham desta opinião. Temos depois que entre os estudantes a proporção de indivíduos que não consideram este factor quando seleccionam um destino, ou que o consideram pouco ou nada importante, é superior comparando com os indivíduos em actividade laboral. Embora sejam de uma representatividade muito baixa na amostra global, é entre os indivíduos em situação de desemprego que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram a qualidade dos alojamentos muito importante (57,1%), seguido dos sujeitos em situação de reforma (33,3%).

Gráfico 57 - A distância a centros urbanos



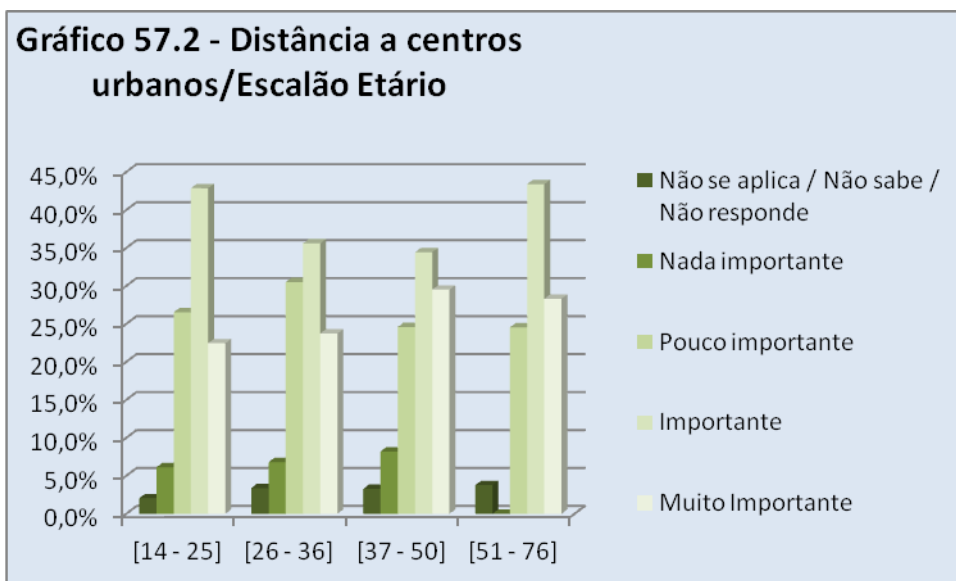
Mais de um quarto da amostra considera muito importante a distância a centros urbanos, como factor decisivo no momento de seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outros. Temos depois que 38,7% considera importante a distância a centros urbanos, 26,6% considera pouco importante, 5,4% considera nada importante, 3,2% não considera este factor no momento de seleccionar um destino de viagem.

Gráfico 57.1 - Distância a centros urbanos/Género



São os homens quem maior importância atribui ao factor em análise com 27,7% a classificar com o nível de importância mais elevado a distância a centros urbanos, contra 24,5% das mulheres. No entanto, é igualmente entre indivíduos do sexo masculino que encontramos as proporções mais elevadas

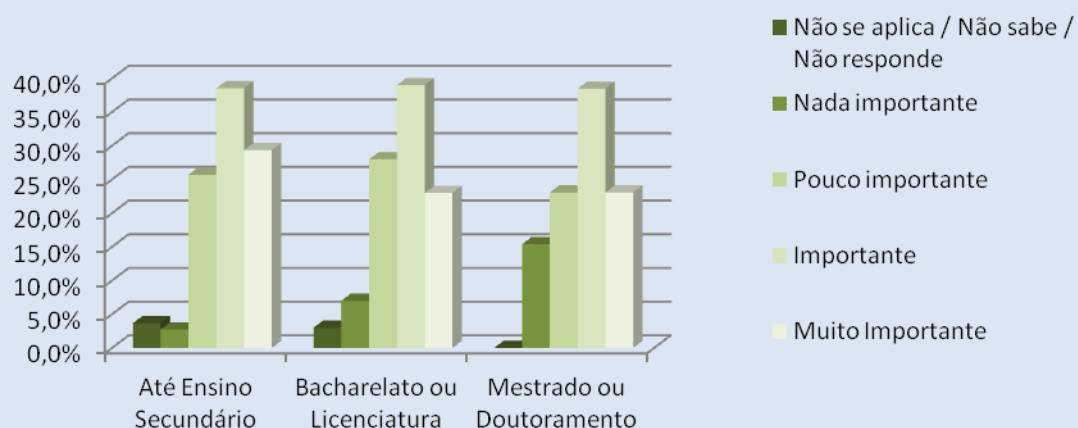
de inquiridos a considerarem o factor pouco ou nada importante (28,6% e 7,1%, respectivamente).



No Gráfico 57.2 podemos verificar que são os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos, aqueles que atribuem maior importância à distância a centros urbanos na selecção de um destino de Natureza. É igualmente entre este grupo que encontramos a proporção mais elevada de sujeitos que consideram este factor nada importante (8,2%).

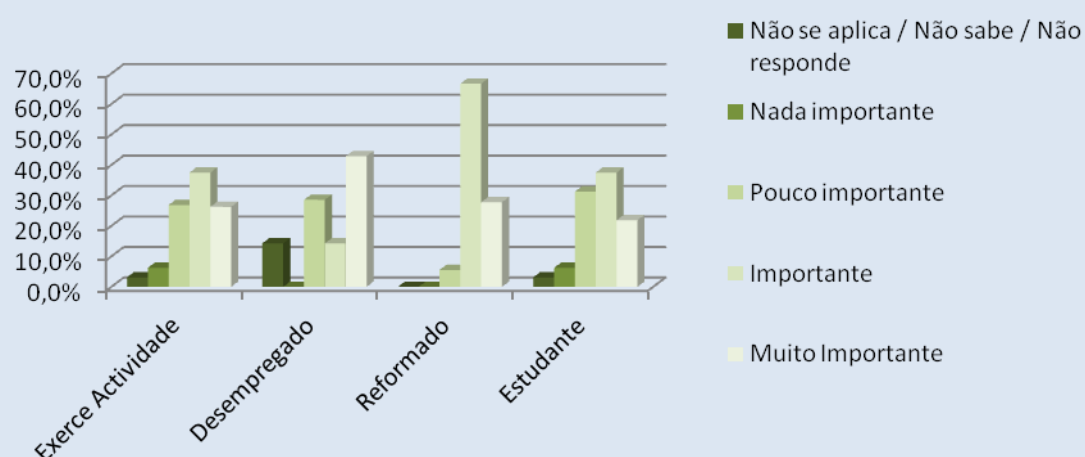
É de resto entre os mais novos que encontramos a percentagem mais baixa de indivíduos a atribuir o nível mais alto de importância a este factor. A proporção mais elevada de indivíduos na considerar a distância a centros urbanos pouco importante encontra-se no segundo escalão, representando 30,5% do grupo.

Gráfico 57.3 - Distância a centros urbanos/Nível de Escolaridade



São os indivíduos com estudos até ao ensino superior que atribuem um maior relevo ao factor em análise, com 29,4% a considerar muito importante. Verificamos ainda a tendência para o aumento da proporção de indivíduos que consideram a distância a centros urbanos nada importante, com o aumento do nível de escolaridade, e com este a diminuição das percentagens de indivíduos que consideram o factor muito importante. Constatamos assim, que são os indivíduos com grau académico mais elevado aqueles que menos consideram a distância a centros urbanos no momento de seleccionar um destino de Natureza, em detrimento de outro.

Gráfico 57.4 - Distância a centros urbanos/Situação Profissional



Não se verificam diferenças significativas entre os indivíduos em actividade laboral e os estudantes no que diz respeito à importância que cada um dos grupos atribui à distância a centros urbanos aquando da selecção de um destino de Natureza. Ainda assim, podemos observar que são os indivíduos integrados no mercado de trabalho que atribuem uma maior consideração relativamente ao factor em análise, com 26,3% a considera-lo muito importante.

É, no entanto, entre os indivíduos em situação de desemprego, pese a sua muito baixa representatividade na amostra global, que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que não consideram este factor quando seleccionam um destino de Natureza.

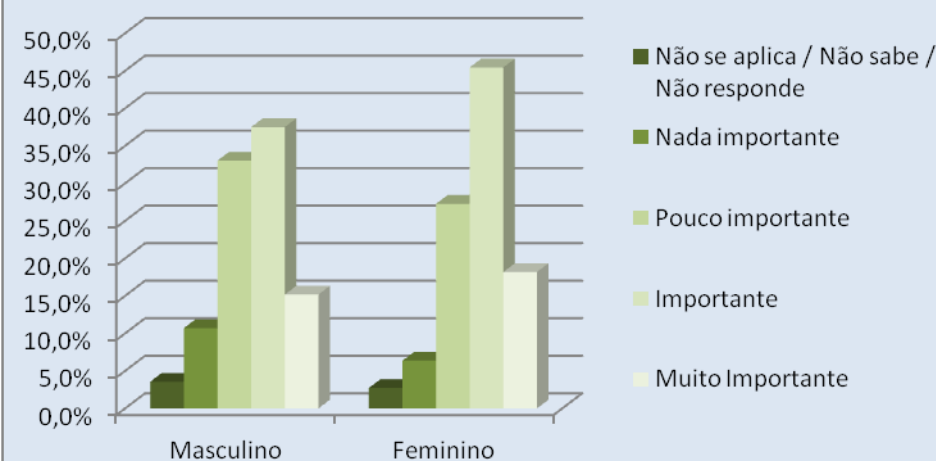
Vai ser entre os reformados que encontramos as proporções mais baixas de inquiridos que consideram a distância a centros urbanos pouco ou nada importante, e a percentagem mais elevada sujeitos a considerar este factor importante, representando mais de dois terços da amostra deste grupo profissional.



Muitas vezes a procura por tranquilidade e descanso não se compadece com a existência de estruturas de apoio nas proximidades do destino seleccionado. Ainda assim verificamos que 16,7% da amostra considera muito importante a existência de estruturas de apoio próximas, tais como centro de

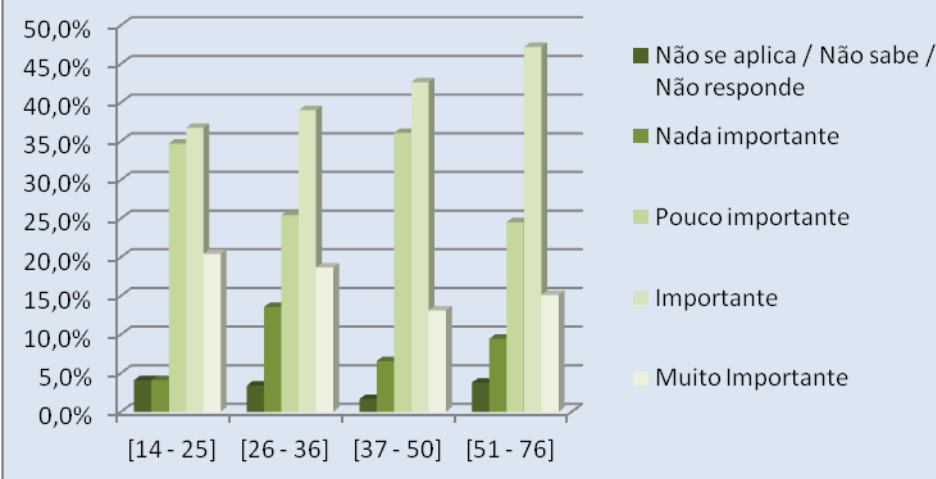
saúde ou Hospital, centro comercial ou local para comprar mantimentos. Mais de metade da amostra atribui um dos dois níveis superiores de importância a este factor, enquanto 30,2% considera pouco importante, e 8,6% classifica a existência de estruturas de apoio próximas como nada importante.

Gráfico 58.1 - Estruturas de apoio/Género



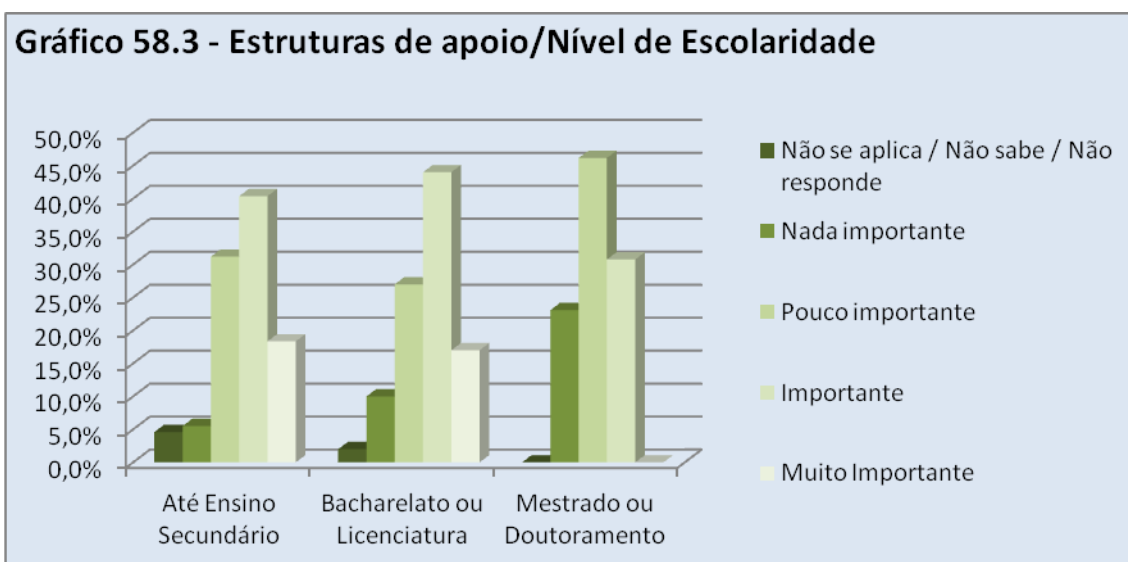
Como podemos observar no Gráfico 58.1, são as mulheres quem mais se preocupa com a existência de estruturas de apoio nas proximidades do destino de Natureza seleccionado, com 18,2% a considerar muito importante, contra 15,2% dos homens. Esta tendência é confirmada ao observarmos a percentagem de indivíduos do sexo masculino que consideram este factor pouco importante (33%) e nada importante (10,7%).

Gráfico 58.2 - Estruturas de apoio/Escalão Etário



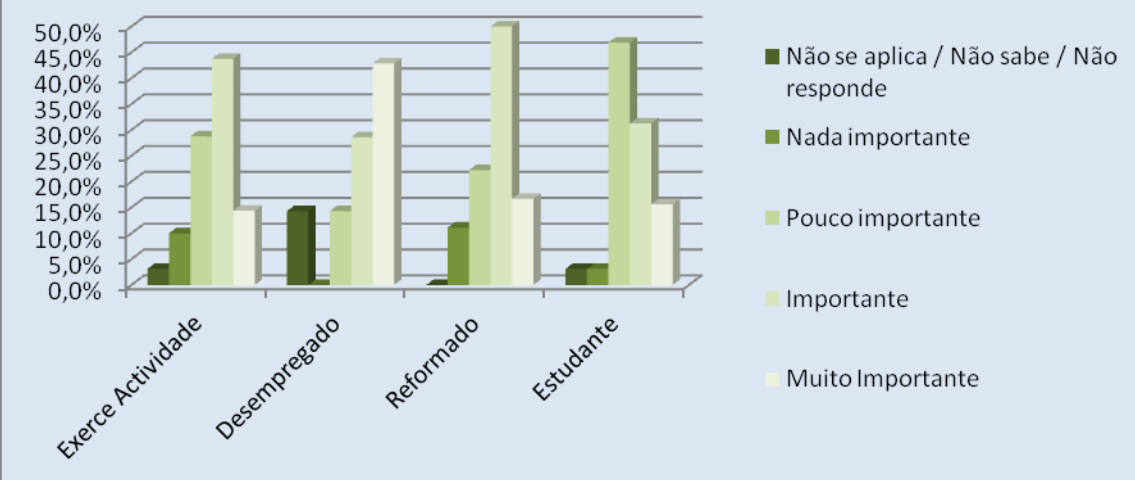
Embora seja o grupo com a segunda proporção mais elevada de indivíduos a considerar a existência de estruturas de apoio muito importantes, são os indivíduos entre os 26 e os 36 anos de idade aqueles que mais desconsideram o factor em análise com 13,6% a considera-lo nada importante. Verificamos ainda uma tendência de aumento da percentagem de sujeitos a considerar o factor importante, com o aumento da idade.

Curiosamente, podemos observar que é entre os mais jovens que se atribui maior importância a existência de estruturas de apoio nas proximidades do destino escolhido, com 20,4% a considerar o factor muito importante, quando seria de esperar que fossem os mais jovens o grupo mais despreocupado/aventureiro ou menos vigilante no que diz respeito às viagens para zonas naturais.



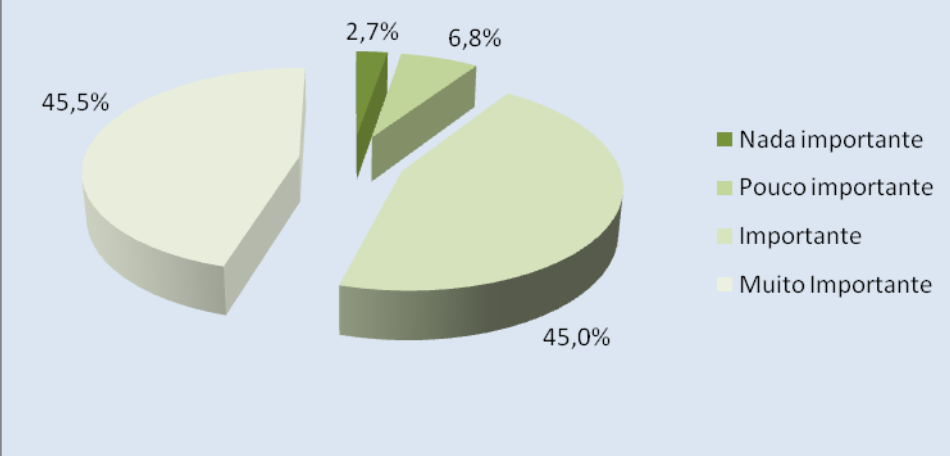
Não se verificam diferenças substanciais entre os indivíduos com um nível de escolaridade até ao ensino secundário e os indivíduos com bacharelato ou licenciatura, relativamente a este aspecto. Podemos, no entanto, observar que embora apresentem uma representatividade bastante baixa na amostra global, são os indivíduos com mestrado ou doutoramento aqueles que menor importância atribuem à existência de estruturas de apoio próximas do destino de Natureza que seleccionaram.

Gráfico 58.4 - Estruturas de apoio/Situação Profissional



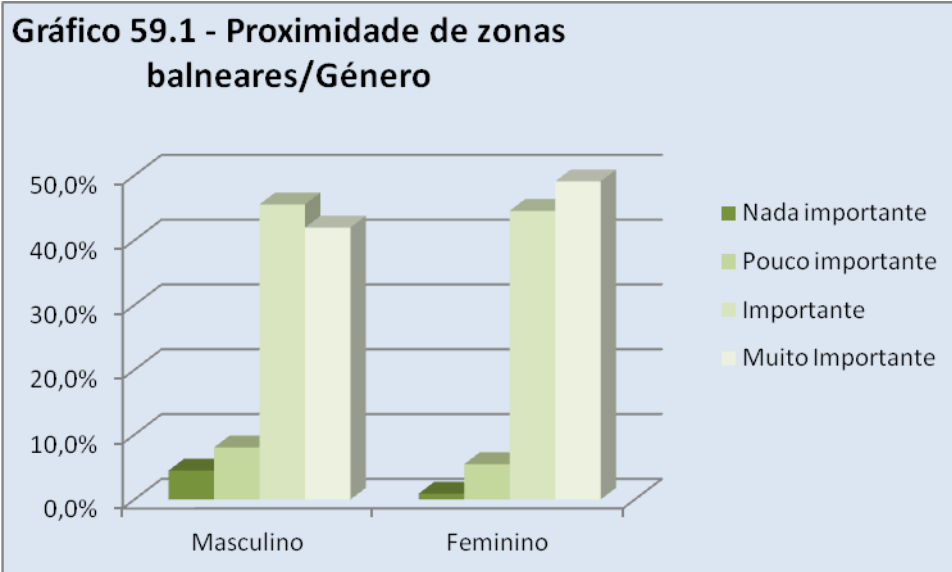
É entre os estudantes que vamos encontrar a proporção mais elevada de indivíduos que consideram o factor em análise pouco importante, representando 46,9% da amostra do grupo. Entre os indivíduos em actividade laboral temos que 14,4% considera o factor muito importante, 43,8% diz ser importante, 28,8% considera pouco importante, sendo que 10% classifica a existência de estruturas de apoio próximas como nada importante no momento de seleccionar um destino em prejuízo de outros.

Gráfico 59 - A proximidade de zonas balneares

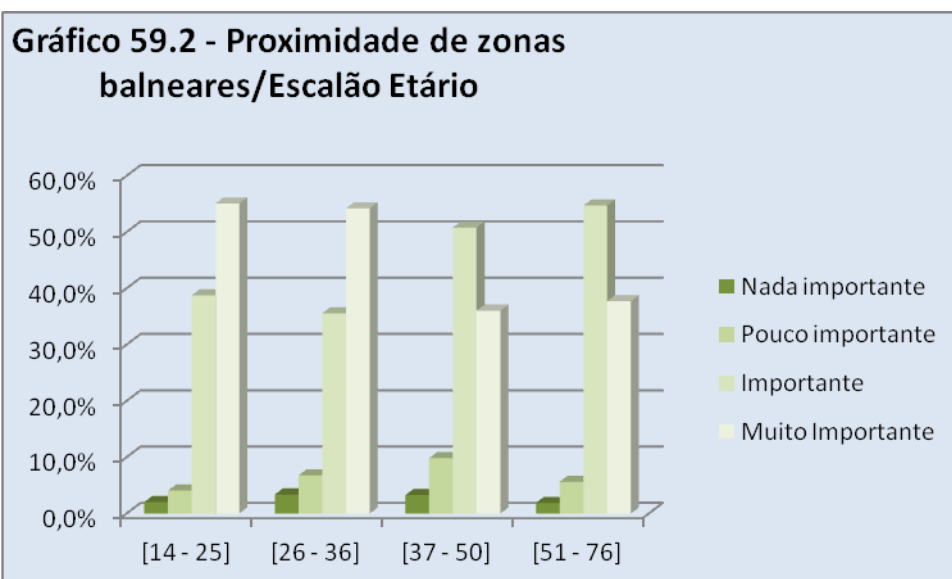


A proximidade de zonas balneares é dos factores que reúne mais consenso quanto à importância no momento de se seleccionar um destino de Natureza. Temos assim que 45,5% da amostra considera este factor muito importante, enquanto 45% atribui o segundo nível mais elevado de relevância.

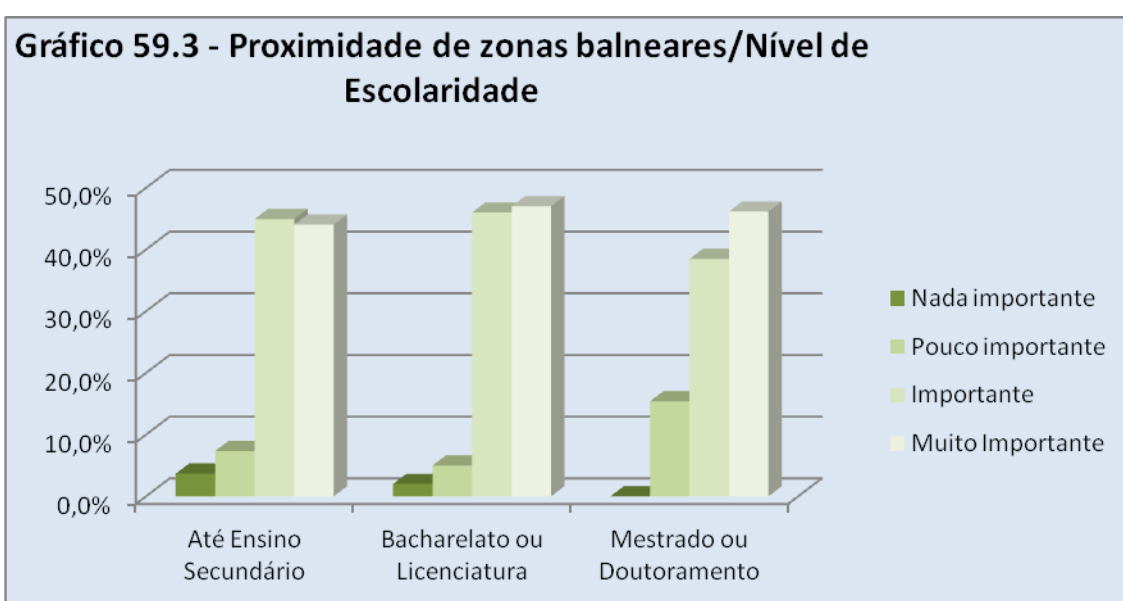
Apenas 9,5% consideram a proximidade de zonas balneares pouco ou nada importante.



Como podemos observar no Gráfico 59.1, são as mulheres quem maior importância atribui à proximidade de zonas balneares aquando da selecção de um destino de Natureza em detrimento de outro. Temos assim que 49,1% das mulheres considera este factor muito importante enquanto 44,5% atribui a classificação de importante. Entre os homens temos que 42% atribui a classificação máxima à proximidade de zonas balneares enquanto 45,5% destes considera o factor importante mas não fundamental.



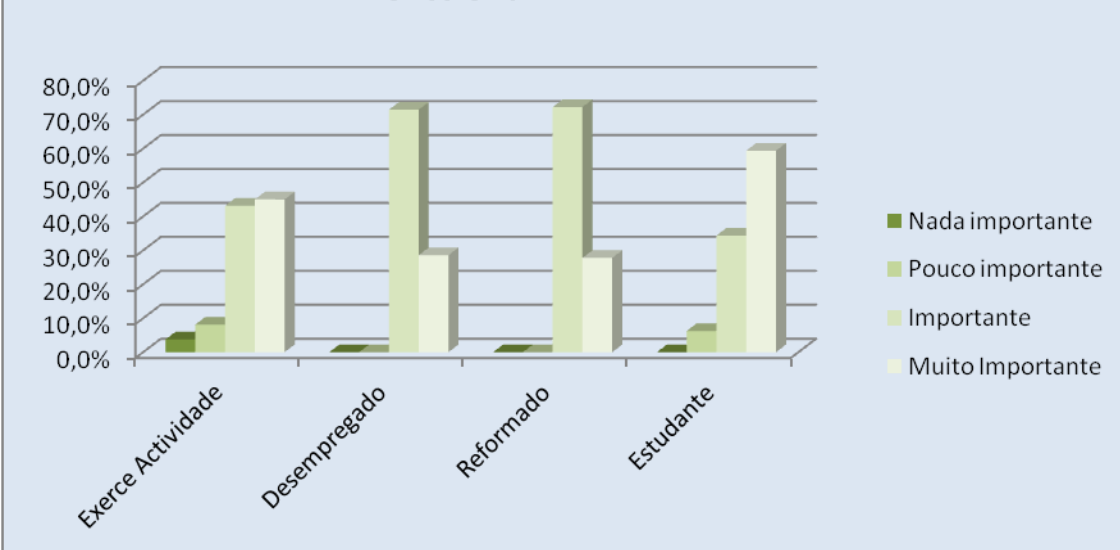
É entre os dois escalões mais jovens que se atribui maior importância à proximidade de zonas balneares no momento de selecção de um destino de Natureza. Temos assim que 55,1% dos indivíduos do primeiro escalão, e 54,2% dos indivíduos do segundo escalão atribuem o nível máximo de importância a este factor, contra apenas 36,1% e 37,7% do terceiro e quarto escalões, respectivamente. Podemos ainda observar que é nos dois escalões intermédios que temos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram este factor pouco importante (6,8% e 9,8%, respectivamente) e nada importante (3,4% e 3,3%).



Embora não se verifiquem diferenças significativas entre os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino superior e os indivíduos com bacharelato ou licenciatura, podemos observar que são estes os que maior importância atribuem á proximidade de zonas balneares aquando da selecção de destinos de Natureza.

De referir ainda, que é entre os indivíduos com nível grau académico superior que encontramos a proporção mais elevada dos que consideram o factor pouco importante, representando 15,4% do grupo.

Gráfico 59.4 - Proximidade de zonas balneares/Situação Profissional

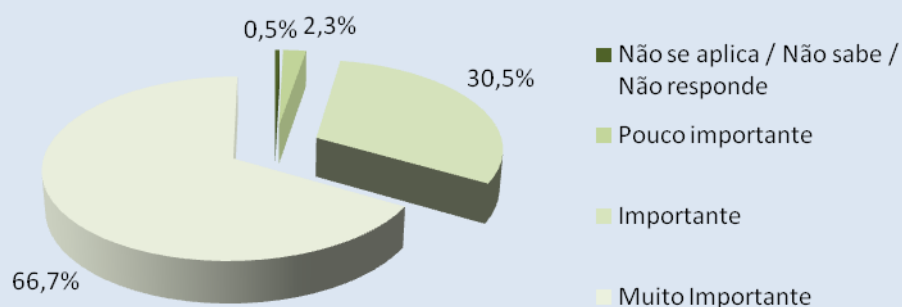


Podemos constatar, analisando o Gráfico 59.4, que são os indivíduos em actividade laboral ou académica, os que mais consideram a proximidade de zonas balneares no momento de seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outro.

Temos assim que 59,4% dos estudantes consideram este factor muito importante no momento de tomada de decisão, enquanto 45% dos indivíduos inseridos no mercado de trabalho atribuem o nível máximo de importância à proximidade de zonas balneares no momento de seleccionar um destino de Natureza.

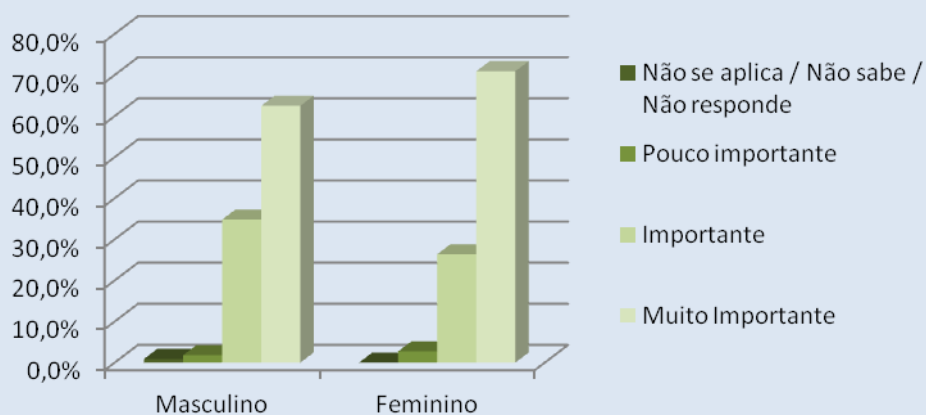
Podemos ainda constatar que entre os indivíduos desempregados e reformados não encontramos qualquer sujeito que considere o factor em análise pouco ou nada importante, sendo que para ambas os casos, a grande maioria classifica a proximidade a zonas balneares como importante.

Gráfico 60 - A beleza das paisagens naturais



A beleza das paisagens naturais de uma determinada região é considerada por dois terços da amostra muito importante no momento de seleccionar o destino de viagem. Temos depois que 30,5% considera o factor importante enquanto apenas 2,3% diz ser pouco importante, e 0,5% diz não o considerar aquando da selecção do destino.

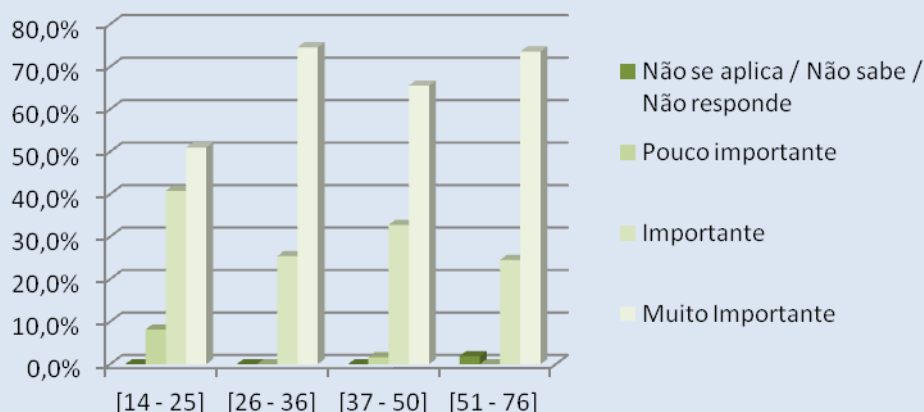
Gráfico 60.1 - Beleza das paisagens naturais/Género



Como podemos observar no Gráfico 60.1, são as mulheres quem maior importância atribui à beleza das paisagens naturais no momento de seleccionar um destino de Natureza. Mais de 70% das mulheres considera este factor muito importante, contra apenas 62,5% dos indivíduos do género masculino. No entanto, é também entre as mulheres que encontramos a percentagem

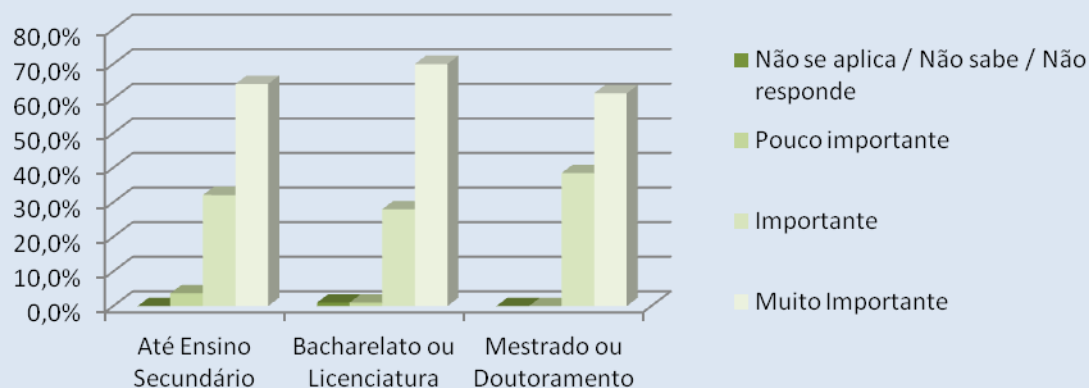
mais elevada de inquiridos a considerar a beleza das paisagens naturais pouco importante (2,7% contra 1,3% nos homens).

Gráfico 60.2 - Beleza das paisagens naturais/Escalão Etário

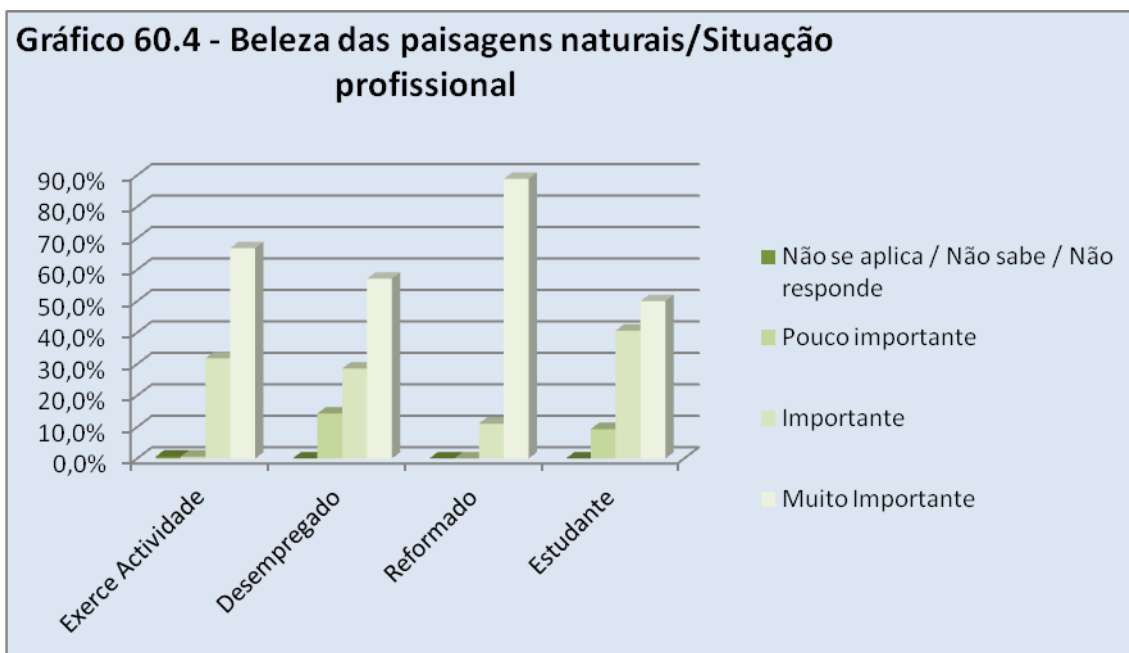


É nos três escalões etários mais avançados que se atribui maior importância à beleza das paisagens naturais no momento de seleccionar um destino de natureza em prejuízo de outros. Temos assim que, no segundo escalão, 74,5% da amostra considera este factor muito importante, contra 65,6% do terceiro escalão, e 73,6% do quarto. No primeiro escalão esta percentagem cai para os 51%. É ainda no primeiro escalão, referente a indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos, que encontramos a proporção mais significativa de indivíduos que consideram este factor pouco importante (8,2%).

Gráfico 60.3 - Beleza das paisagens naturais/Nível de escolaridade



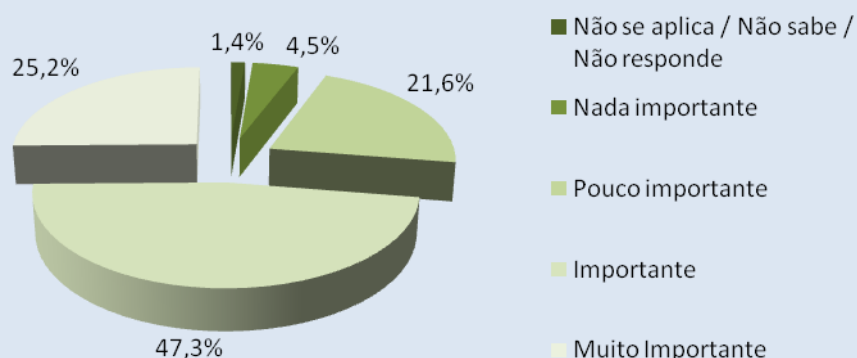
Não se observam diferenças significativas entre os indivíduos com diferentes níveis de escolaridade, como se pode observar no Gráfico 60.3. No entanto, podemos constatar que são os sujeitos com bacharelato ou licenciatura que conferem maior importância à beleza das paisagens naturais, com 70% a considerar muito importante.



No Gráfico 58.4, referente à análise que o impacto que a beleza das paisagens naturais tem na selecção de um destino de Natureza para os turistas da região do Alqueva, por situação profissional, conseguimos observar que são os sujeitos em situação de reforma aqueles que mais consideram este factor aquando da selecção de um destino de viagem. Temos assim que 88,9% dos indivíduos reformados considera a beleza das paisagens naturais muito importante, no momento de seleccionar um destino de viagem.

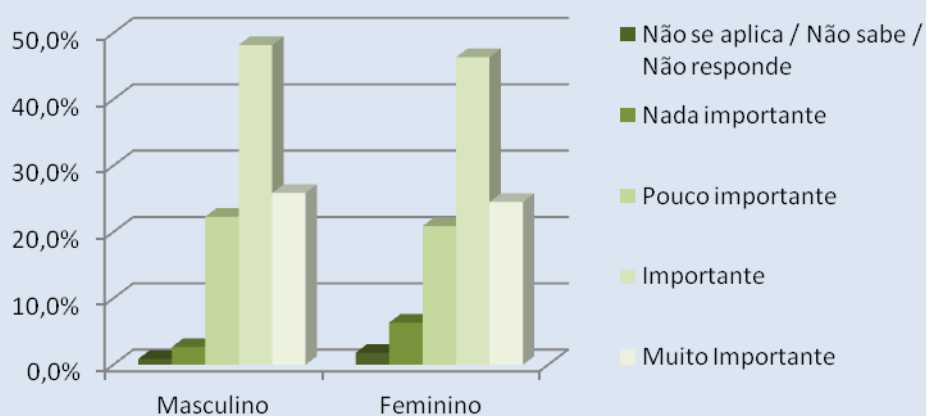
Podemos ainda verificar que são os estudantes que menos consideram este factor com apenas 50% da amostra a atribuir-lhe o nível máximo de importância. É ainda entre os estudantes e os indivíduos em situação de desemprego que mais se desconsidera a beleza das paisagens naturais 9,4% e 14,3% dos indivíduos inseridos nestes grupos a considerar o factor em análise pouco importante, respectivamente.

Gráfico 61 - As características da população local

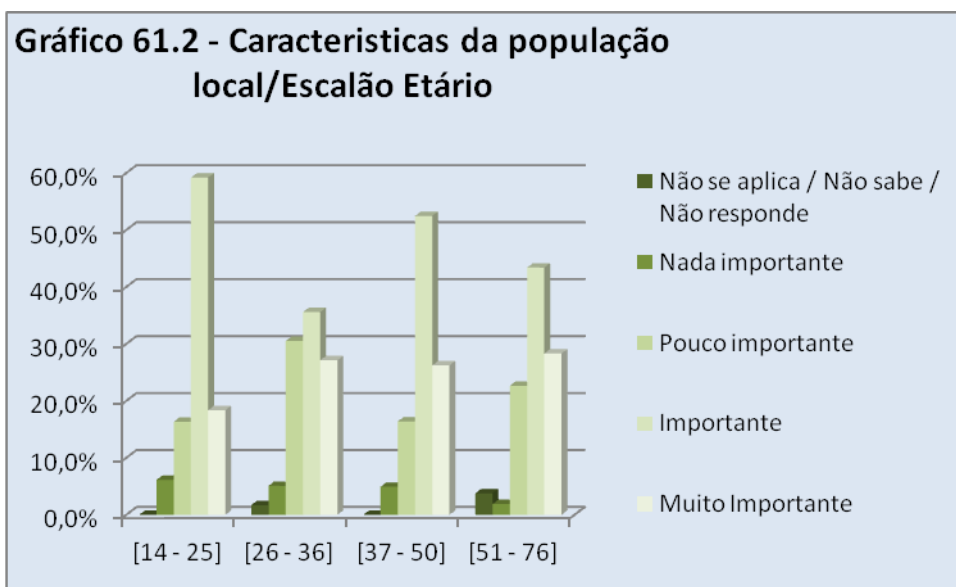


As características da população local, como o facto de ser mais ou menos amigáveis, receberem bem turistas, ser uma população muito grande ou uma pequena comunidade, são consideradas por 25,2% da amostra muito importantes no momento de seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outro. Temos depois que 47,3% da amostra considera este factor importante, 21,6% considera pouco importante, e apenas 4,5% diz não ser importante aquando da escolha do destino. Podemos ainda observar que 1,4% da amostra diz não ter em atenção este factor no momento de tomada de decisão.

Gráfico 61.1 - Características da população local/Género



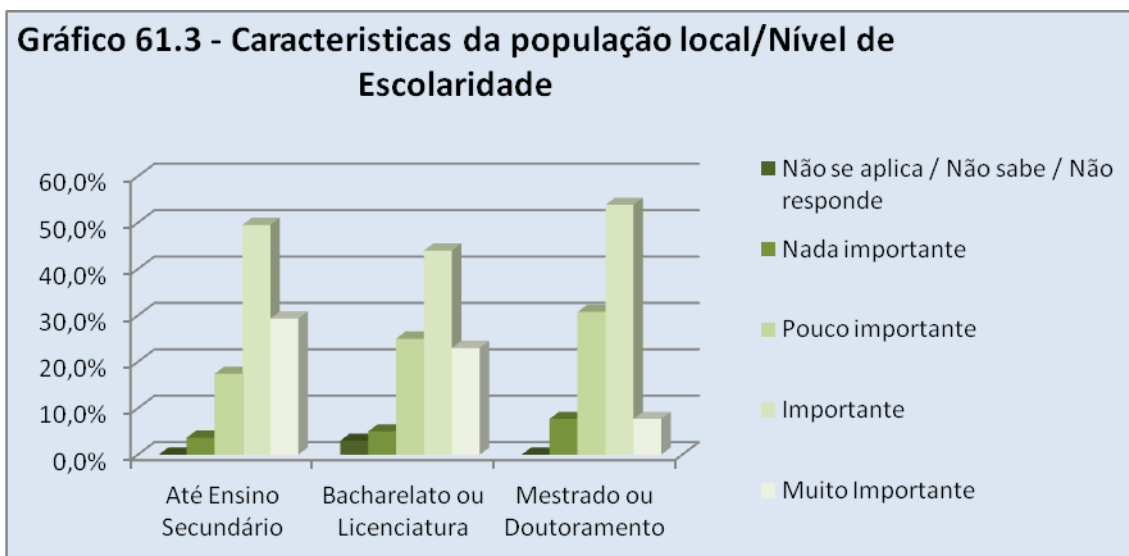
Podemos observar no Gráfico 61.1, que são os indivíduos do género masculino mais relevam as características da população do local quando seleccionam o destino de viagem. Ainda assim não se verificam diferenças significativas entre os géneros, mas é mesmo entre as mulheres que encontramos a proporção mais elevada de inquiridos a considerar este factor como nada importante (6,4%).



Embora os valores sejam baixos, verificamos imediatamente, através da análise do Gráfico 61.2, uma tendência de diminuição da percentagem dos indivíduos que consideram as características da população local nada importantes no momento de seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outro, com o aumento da idade.

Podemos assim observar que é entre os indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos de idade que menos se considera este factor. Observamos ainda que é neste escalão que encontramos a proporção mais baixa de inquiridos a considerar este factor muito importante (18,4%), e a mais alta dos que consideram o factor importante (59,2%). Vai ser no escalão referente aos sujeitos com idades mais avançadas que se atribui maior importância às características da população local com 28,3% da amostra do escalão a classificar este factor com o nível de importância máximo. De referir ainda que é no segundo escalão que encontramos a percentagem mais

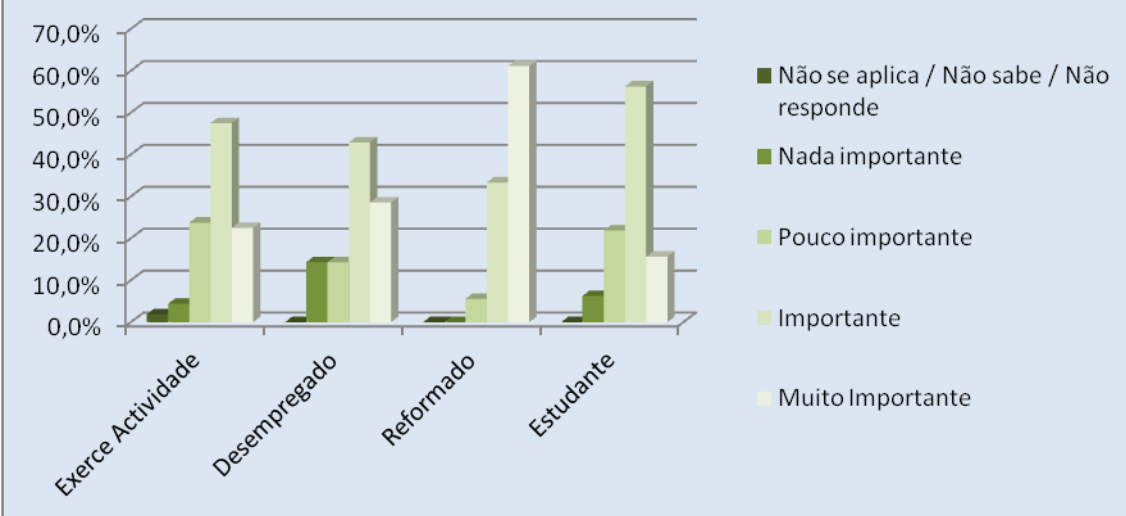
elevada de indivíduos que consideram o factor pouco importante, representando 30,5% da amostra do escalão.



Constatamos, através da análise do Gráfico 61.3, que são os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário os que maior importância atribuem às características da população local no momento de escolher um destino de viagem, sendo que 29,4% da amostra com este nível de instrução considera o factor em análise muito importante.

Conseguimos ainda identificar uma tendência para diminuição da proporção de indivíduos que considera as características da população local muito importantes, com o aumento do grau académico. Verificamos ainda que à medida que o nível de escolaridade da amostra aumenta, tende a aumentar a percentagem de indivíduos que considera o factor como pouco ou nada importante.

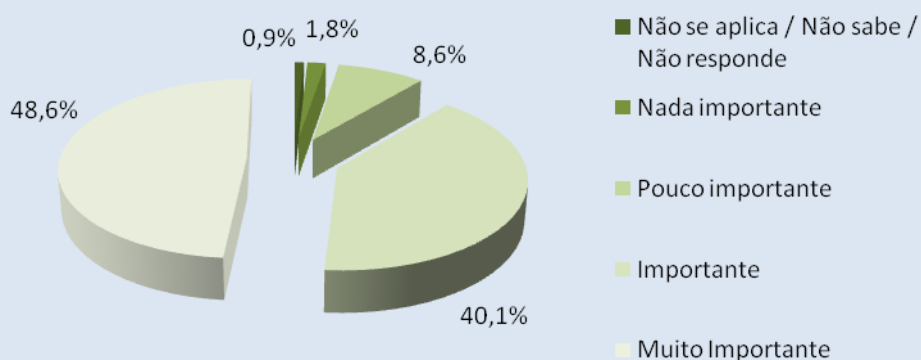
Gráfico 61.4 - Características da população local/Situação Profissional



Como pudemos observar anteriormente, verifica-se, dentro da amostra, a existência de uma percentagem elevada de indivíduos reformados, com idades compreendidas entre os 51 e os 76 anos (4º escalão etário), e com nível de escolaridade até ao ensino secundário. Com base neste dados, e analisando os Gráficos 61.2 e 61.3, poderíamos inferir que é entre os indivíduos reformados que se atribui maior importância às características da população local, com 61,1% da amostra deste grupo profissional a considerar o factor muito importante, como podemos constatar através da análise do Gráfico 61.4.

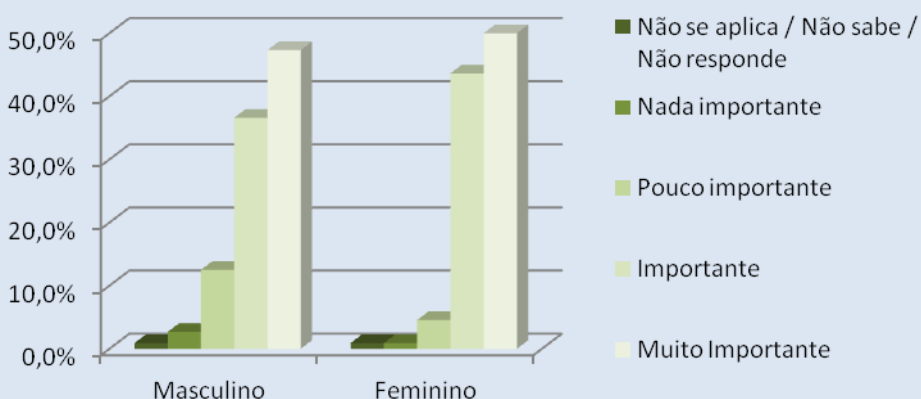
Comparando os indivíduos em actividade laboral e os estudantes, verificamos que são estes os que menos consideram este factor no momento de seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outro, com apenas 15,6% dos inquiridos a considerar o factor muito importante, e 21,9% a classificar como pouco importante, e 6,3% como nada importante. Já entre os indivíduos inseridos no mercado de trabalho temos que 22,5% consideram este factor muito importante, enquanto 23,8% diz ser pouco importante, e apenas 4,4% dos trabalhadores consideram as características da população do destino de Natureza que seleccionaram nada importantes.

Gráfico 62 - A proximidade de zonas húmidas

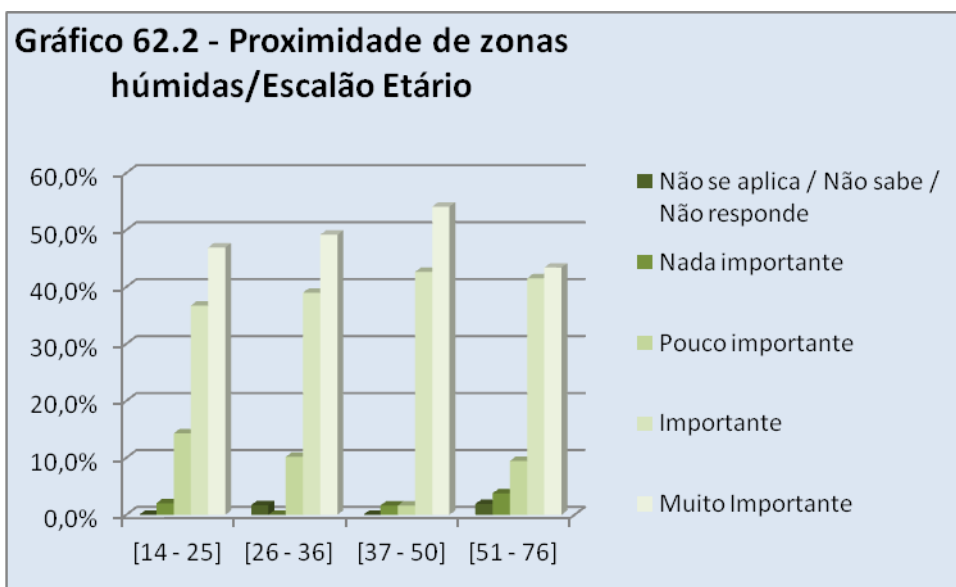


A proximidade de zonas húmidas, como rios, ribeiros, barragens, entre outros, é considerada por 48,6% da amostra presente no estudo como muito importante no momento de selecção de um destino de Natureza em prejuízo de outros. Este apresenta-se assim como um importante factor de distinção no momento do turista decidir viajar para um determinado local de Natureza, sendo que, acrescentando a este valor, verificamos ainda que 40,1% da amostra classifica este factor como importante, sendo que apenas 8,6% diz ser pouco importante, e 1,8% classifica como nada importante.

Gráfico 62.1 - Proximidade de zonas húmidas/Género



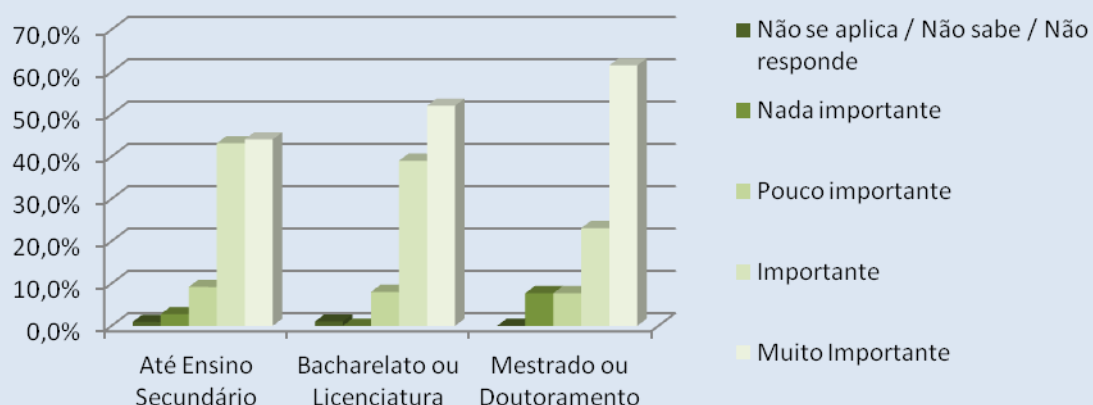
São as mulheres que atribuem uma maior importância à proximidade de zonas húmidas no momento de seleccionar um destino de Natureza, com 50% da amostra do género feminino a considerar o factor muito importante, contra 47,3% dos homens. É igualmente entre os homens que encontramos a proporção mais elevada de inquiridos a considerar o factor pouco importante, representando 12,5% dos indivíduos do género masculino.



Podemos observar, no Gráfico 62.2, uma tendência para o aumento do nível de importância que este factor apresenta no momento de tomada de decisão, à medida que a idade avança, até aos 50 anos de idade (3º escalão), onde encontramos a proporção mais elevada de indivíduos a considerar muito importante (54,1%). Tendência inversa regista-se na proporção de indivíduos que considera a proximidade de zonas húmidas do destino seleccionado como pouco importante, atingindo o valor mais baixo no terceiro escalão representando 1,6% da amostra do grupo.

Do terceiro para o quarto escalão podemos ainda verificar um aumento da percentagem de indivíduos a considerar este factor pouco e nada importante (9,4% e 3,8%, respectivamente), registando-se ainda uma queda na proporção de inquiridos a considerar o factor importante ou muito importante (41,5% e 43,4%).

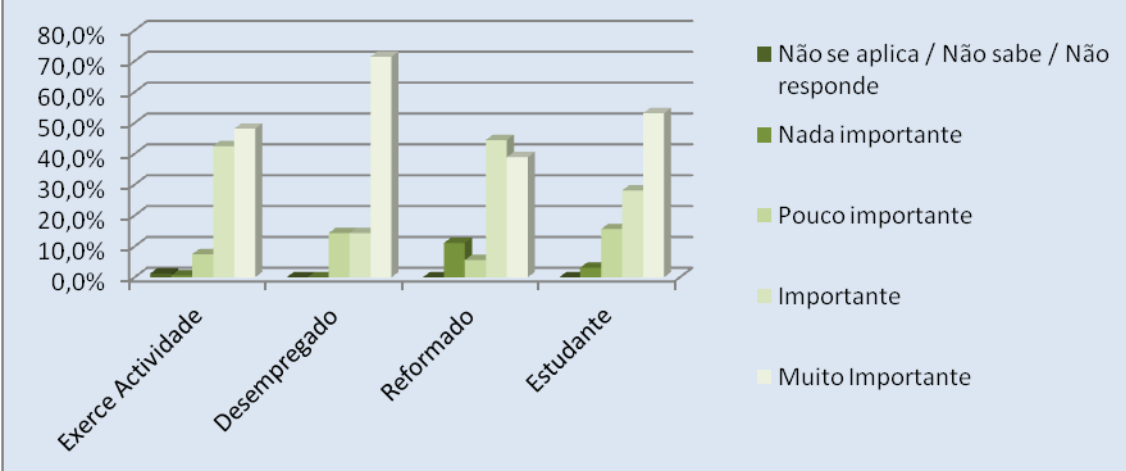
Gráfico 62.3 - Proximidade de zonas húmidas/Nível de Escolaridade



Podemos observar, no Gráfico 62.3, uma tendência para o aumento da importância da proximidade de zonas húmidas do destino escolhido, com o aumento do nível de instrução da amostra. Assim, são os indivíduos com mestrado ou doutoramento que atribuem maior relevância à proximidade de zonas húmidas, com mais de 60% da amostra a atribuir o nível máximo de importância a este factor.

Para além de terem a mais baixa percentagem de inquiridos a atribuir o nível mais elevado de importância ao factor em análise, é entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos a considerar o factor pouco importante (9,2%).

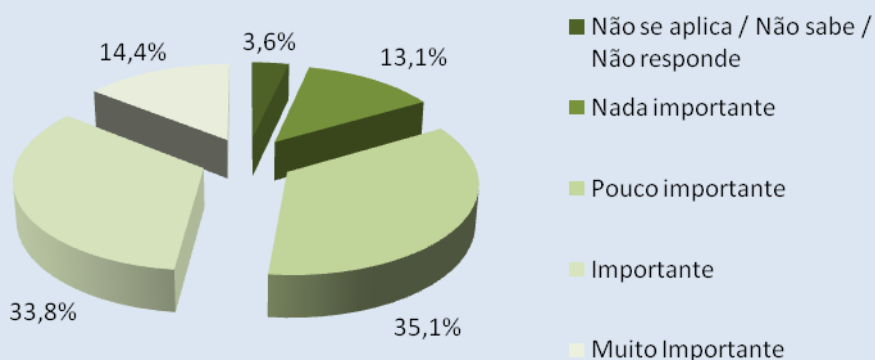
Gráfico 62.4 - Proximidade de zonas húmidas/Situação Profissional



Constatamos, pelo Gráfico 62.4, que são os indivíduos em situação de reforma, os que menos consideram a proximidade de zonas húmidas na selecção de um destino de Natureza, apresentando a proporção mais elevada de inquiridos que consideram o factor nada importante (11,1%). É ainda neste grupo que encontramos o valor mais baixo dos que consideram a muito importante a proximidade de zonas húmidas no destino de Natureza escolhido. Vai ser de resto entre os estudantes que esta proporção é mais elevada, atingindo os 53,1%.

Curiosamente, é igualmente entre os estudantes que encontramos a percentagem mais elevada dos que consideram a proximidade de zonas húmidas pouco importante, representando 15,6% do grupo. Dos indivíduos em actividade laboral verificamos que 48,1% consideram o factor em análise muito importante, enquanto 42,5% atribuem apenas o segundo nível superior de importância.

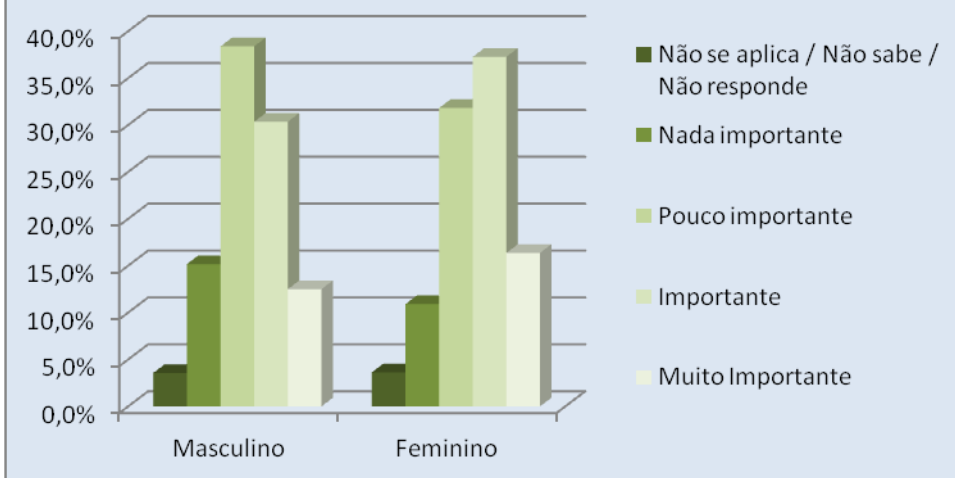
Gráfico 63 - A ocorrência de um evento especial



A ocorrência de um evento especial não é um factor que pese consideravelmente na tomada de decisão da amostra presente no estudo, no momento de seleccionar um destino de Natureza. Verificamos através da análise do Gráfico 63 que apenas 14,4% dos inquiridos considera este factor muito importante, enquanto 33,8% diz ser importante, 35,1% classifica como pouco importante, 13,1% atribui o nível mínimo de importância, enquanto 3,6% da amostra diz não considerar este factor no momento de seleccionar um destino de Natureza para viajar.

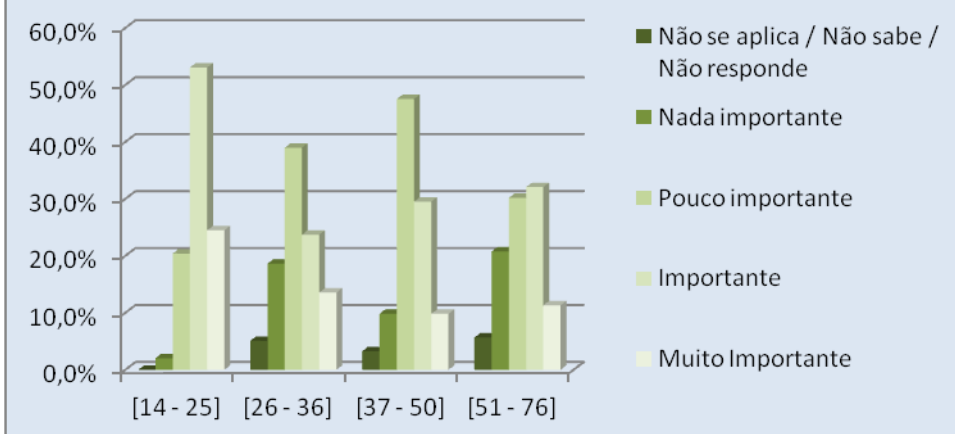
Podemos assim constatar que mais de metade da amostra considera este factor pouco ou nada importante, ou não chega a pesar o factor no momento de seleccionar um destino de Natureza em detrimento de outros.

Gráfico 63.1 - Ocorrência de um evento/Género



Como podemos observar no Gráfico 63.1, são as mulheres quem maior atenção presta à ocorrência de um evento especial, tal como feiras temáticas, procissões ou festas populares, no momento de tomada de seleccionar um destino de Natureza. Temos assim que 16,4% das mulheres considera este factor muito importante, enquanto apenas 12,5% dos homens atribui esta classificação à condição em análise. Verificamos ainda que é entre os homens que as percentagens de indivíduos que consideram pouco ou nada importante são superiores fixando-se nos 38,4% e nos 15,2%, respectivamente.

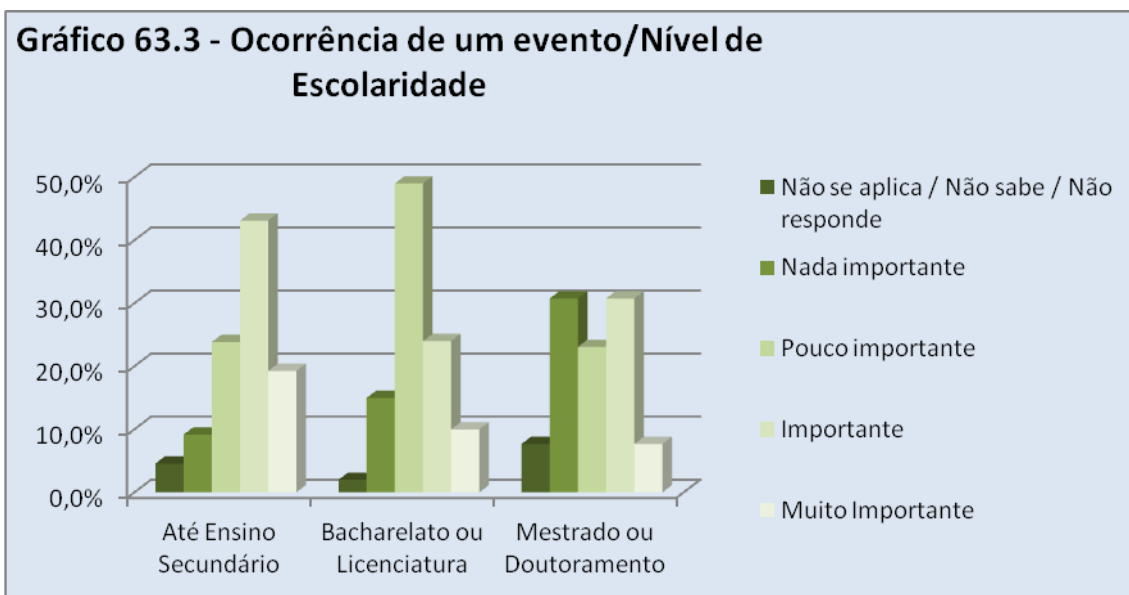
Gráfico 63.2 - Ocorrência de um evento/Escalão Etário



É entre os mais novos que se atribui maior importância à ocorrência de um evento no momento de seleccionar um destino de Natureza. Talvez pelo facto de serem os indivíduos com idades mais avançadas a privilegiarem mais

a procura de tranquilidade durante as suas viagens à Natureza, verificamos que é nos escalões entre os 37 e os 76 anos que se atribui menos importância à ocorrência de eventos.

Podemos ainda observar no Gráfico 63.2 que é no segundo e no quarto escalão que encontramos as proporções mais elevadas de indivíduos a considerarem este factor nada importante (18,6% e 20,8%, respectivamente).

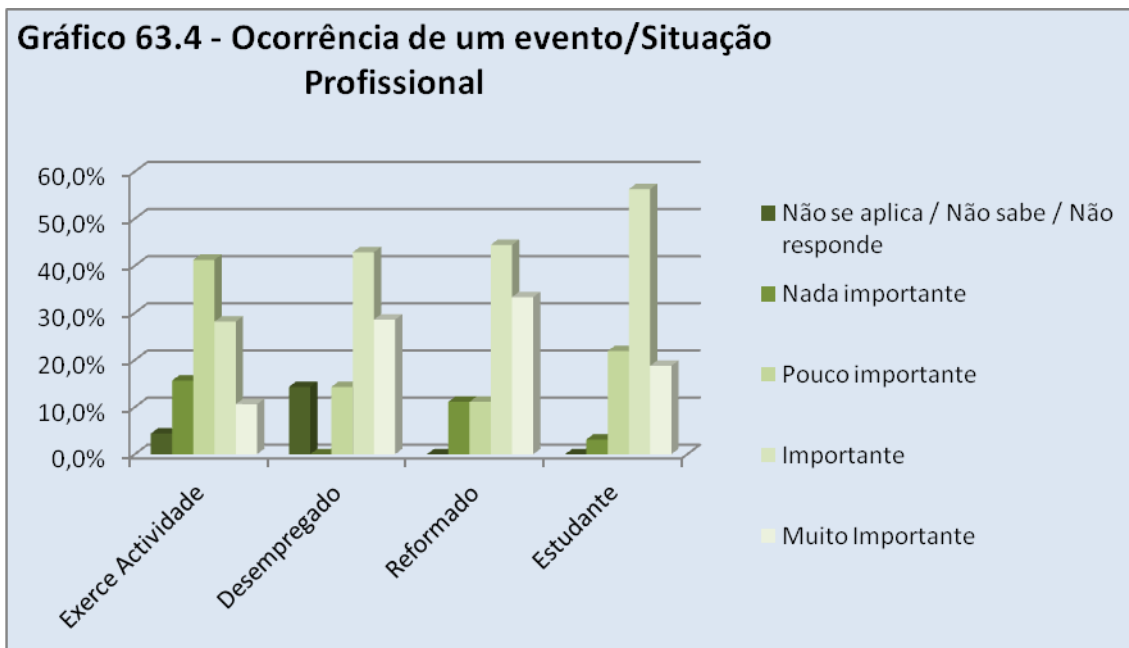


No Gráfico 63.3 verifica-se uma tendência clara para a diminuição da importância atribuída ao factor em análise, com o aumento do nível de instrução da amostra. Podemos ainda observar uma subida clara nas percentagens de indivíduos que consideram a ocorrência de eventos nada importante no momento de seleccionar um destino de Natureza, à medida que o grau académico aumenta.

Temos assim que é entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário, que se atribui maior relevância a esta condição, sendo que 19,3% da amostra referente a este grupo a considera muito importante. Este valor baixa entre os indivíduos licenciados para 10%, e para 7,7% entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento.

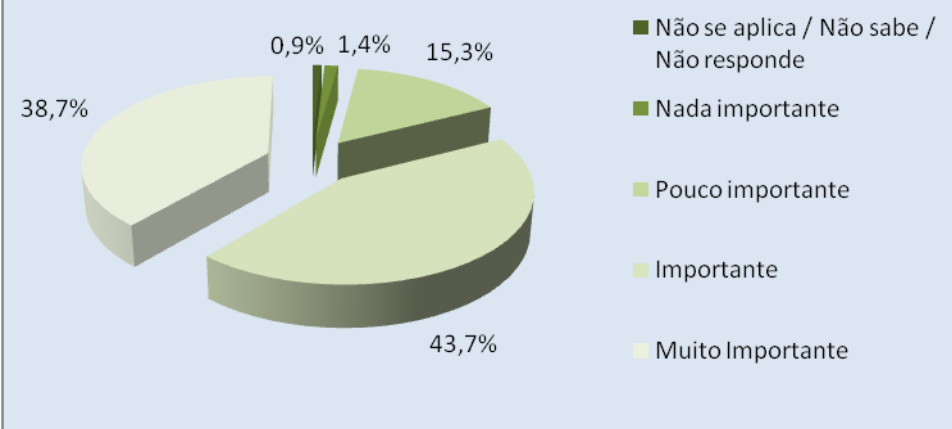
Observamos ainda que a percentagem dos que atribuem o nível mais baixo de importância a este factor se fixa nos 30,8% dos indivíduos com mestrado ou doutoramento, 15% dos indivíduos com bacharelato ou

licenciatura, e 9,2% dos indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário.



São mais uma vez os indivíduos em situação de reforma que atribuem maior importância ao factor em análise. Assim, um terço deste grupo considera muito importante a ocorrência de um evento no momento de seleccionar um destino de Natureza. Podemos ainda verificar que é entre os indivíduos em actividade profissional os menor importância atribuem a esta condição sendo que 41,3% a considera pouco importante, e 15,6% considera nada importante. É entre os estudantes que encontramos a percentagem mais elevada de inquiridos que consideram a ocorrência de eventos especiais importante, representando 56,3% do grupo.

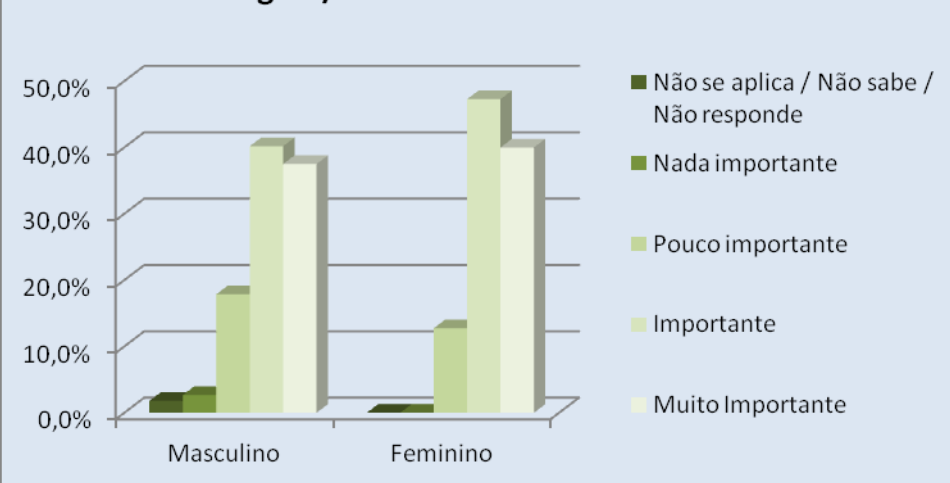
Gráfico 64 - A riqueza histórica e cultural da região



A riqueza histórica e cultural de uma região apresenta-se neste contexto como factor importante na selecção de um destino de Natureza pelos consumidores de turismo que visitam a região do Alqueva. Como já tivemos oportunidade de abordar neste trabalho, o interior este alentejano é uma região rica em monumentos e locais de elevado interesse histórico, o que no contexto do Turismo de Natureza e do Turismo Rural, se apresenta como elemento altamente potenciador no sentido de atrair visitantes sazonais à região.

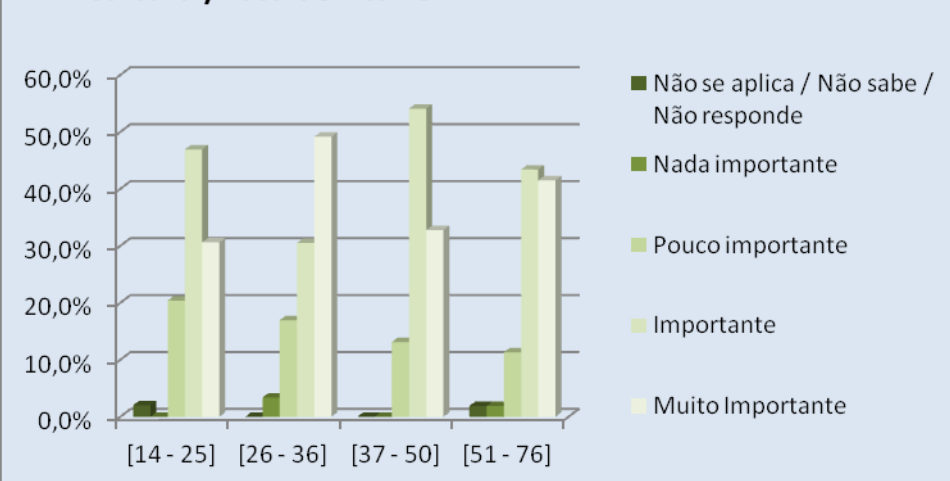
Assim, 38,7% dos inquiridos considera este factor muito importante, enquanto 43,5% diz ser importante, 15,3% considera pouco importante, e apenas 1,4% atribui o nível mais baixo de importância à riqueza histórica e cultural de uma região.

Gráfico 64.1 - Riqueza história e cultural da região/Género



Em termos da variável género, são as mulheres que dão maior relevância à riqueza histórica e cultural que o destino oferece no momento de seleccionar o local para onde pretende viajar. Constatamos assim que 40% das mulheres considera este factor muito importante, enquanto 47,3% classifica como importante. É entre os indivíduos do sexo masculino que menor importância se atribui ao factor em análise com 17,9% dos inquiridos a considerar pouco importante e 2,7% a atribuir o mínimo de importância à riqueza histórica e cultural de uma região.

Gráfico 64.2 - Riqueza histórica e cultural/Escalão Etário

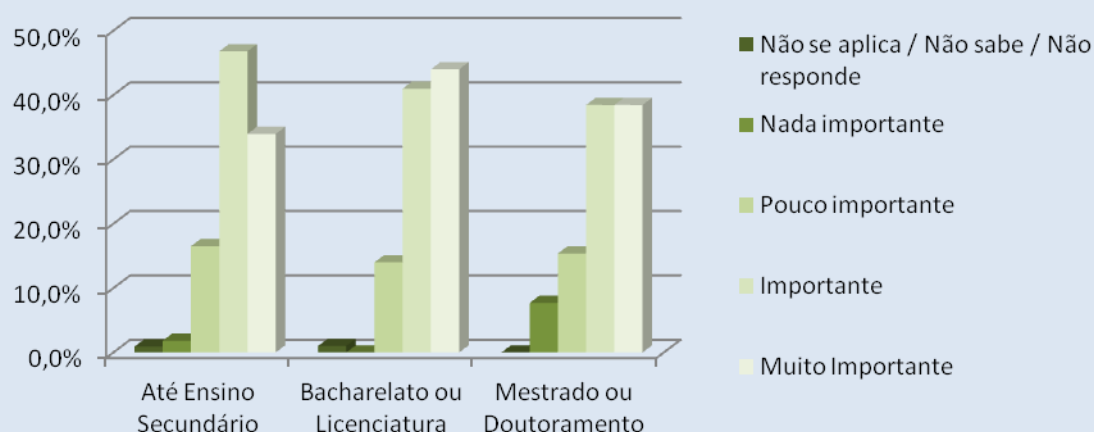


É nos escalões referentes aos indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos, e entre os 51 e os 76 anos de idade, que se atribui maior relevância à riqueza histórica e cultural de uma região, verificando-se

ainda uma preponderância no segundo escalão, onde quase metade da amostra atribui o nível mais elevado de relevância a este factor.

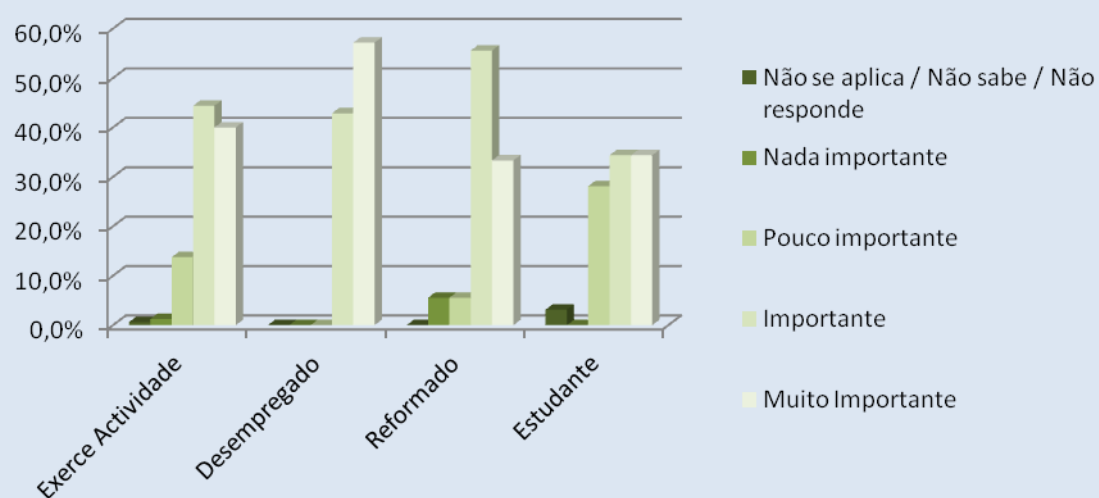
É, no entanto, no primeiro e no terceiro escalão que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram a riqueza histórica e cultural de uma região importante no momento de seleccionar o destino de viagem (46,9% e 54,1%, respectivamente). Podemos ainda verificar uma tendência para a diminuição da percentagem de indivíduos que considera pouco importante a condição em análise, com o aumento da idade da amostra.

Gráfico 64.3 - Riqueza histórica e cultural da região/Nível de Escolaridade



Como seria previsível, são os indivíduos com nível de escolaridade superior (bacharelato ou licenciatura e mestrado ou doutoramento) que atribuem maior relevância à riqueza histórica e cultural de uma região no momento de seleccionar um destino de Natureza. Podemos ainda constatar que, apesar da baixa representatividade na amostra global, já sublinhada anteriormente, é entre os indivíduos com grau académico de mestrado ou doutoramento que se atribui menor importância a este factor com 7,7% da amostra deste conjunto a considerar o factor em análise nada importante.

Gráfico 64.4 - Riqueza histórica e cultural da região/Situação Profissional

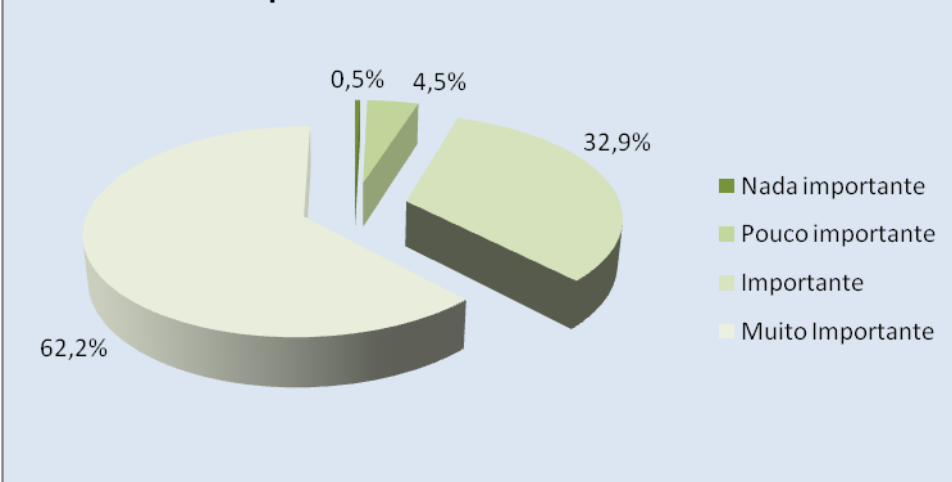


Embora tenham pouco peso na amostra global, são os indivíduos em situação de desemprego quem maior importância atribui á riqueza histórica e cultural de uma região com 57,1% dos indivíduos inseridos neste grupo a considerarem este factor muito importante.

No outro extremo encontram-se os indivíduos reformados que, para além de apresentarem a proporção mais baixa de indivíduos a atribuir o nível mais elevado de relevância à condição em análise, ostentam a percentagem mais elevada de inquiridos a considerar a riqueza histórica da região nada importante.

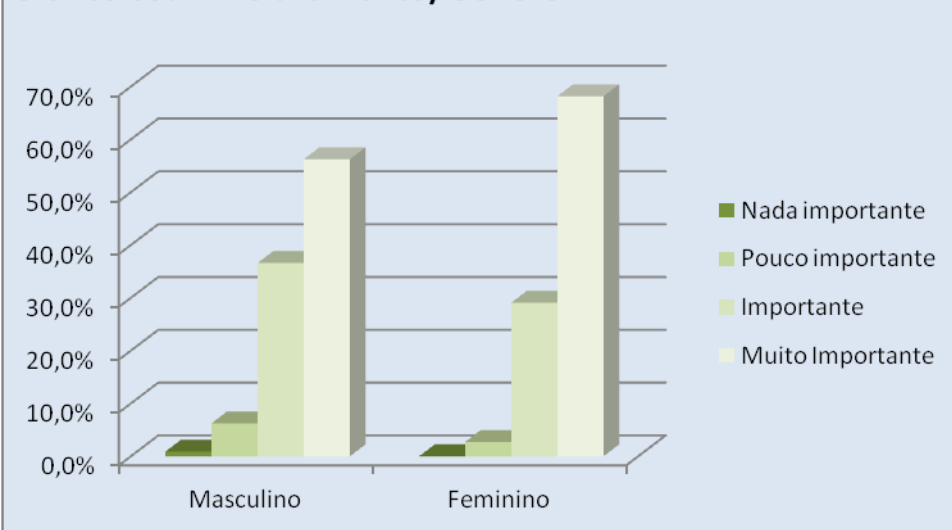
Comparando os indivíduos estudantes com os indivíduos em actividade profissional, verificamos que são os últimos, os que maior interesse revelam pelas riquezas históricas e culturais do destino de viagem. Temos assim que 40% destes consideram o factor em estudo muito importante, enquanto 44,4% diz ser importante, e apenas 13,8% diz ser pouco importante. Já entre os estudantes verificamos que apenas 34,4% dos inquiridos consideram a riqueza histórica e cultural da região muito importante, sendo que esta é igualmente a percentagem de indivíduos que a consideram importante, e 28,1% considera este factor pouco importante.

Gráfico 65 - O relaxamento que o destino permite



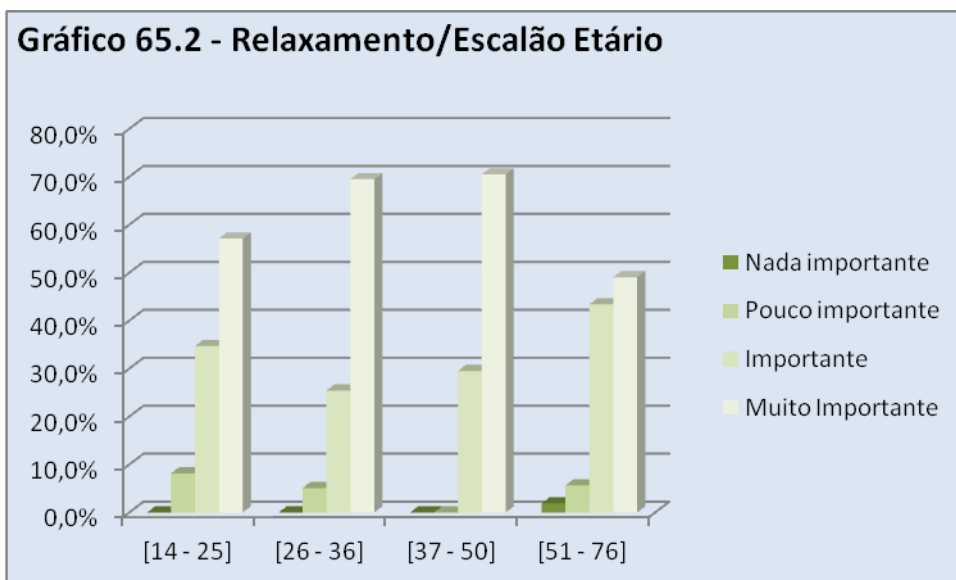
O relaxamento que o destino permite é, a par da beleza das paisagens naturais, o factor com maior importância para a amostra em estudo, no momento de seleccionar um destino de Natureza em detrimento de outro. Temos assim que 62,2% dos inquiridos considera este factor muito importante, enquanto 32,9% atribui o segundo nível mais elevado de relevância, e apenas 5% da amostra total considera o relaxamento do destino pouco ou nada importante.

Gráfico 65.1 - Relaxamento/Género



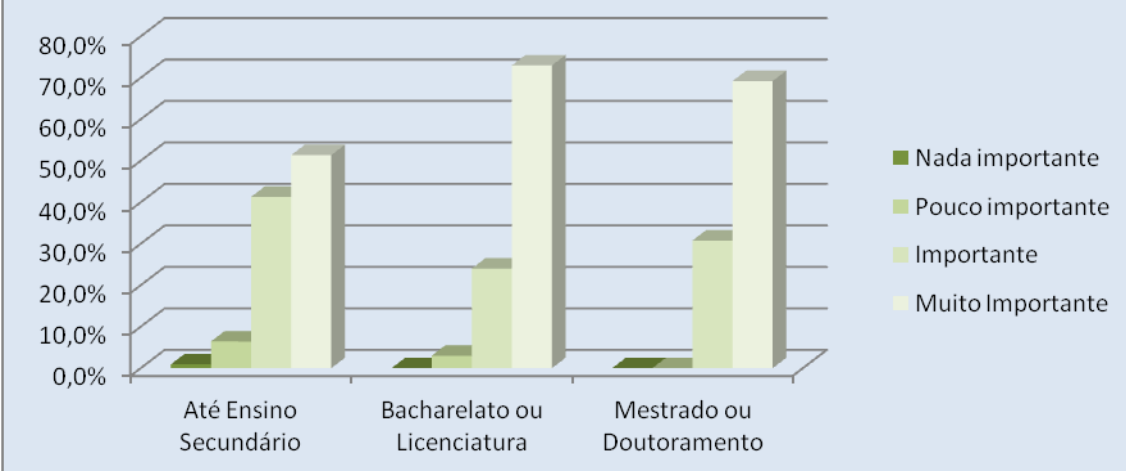
As mulheres prezam mais o relaxamento que o destino permite, com 68,2% da amostra a considerar muito importante, contra 56,3% dos indivíduos

do sexo masculino. Temos ainda que 6,3% dos homens considera este factor pouco importante, enquanto no outro género, este valor baixa para os 2,7%. De referir ainda que nenhuma mulher atribui o nível mais baixo de importância ao relaxamento que o destino permite.



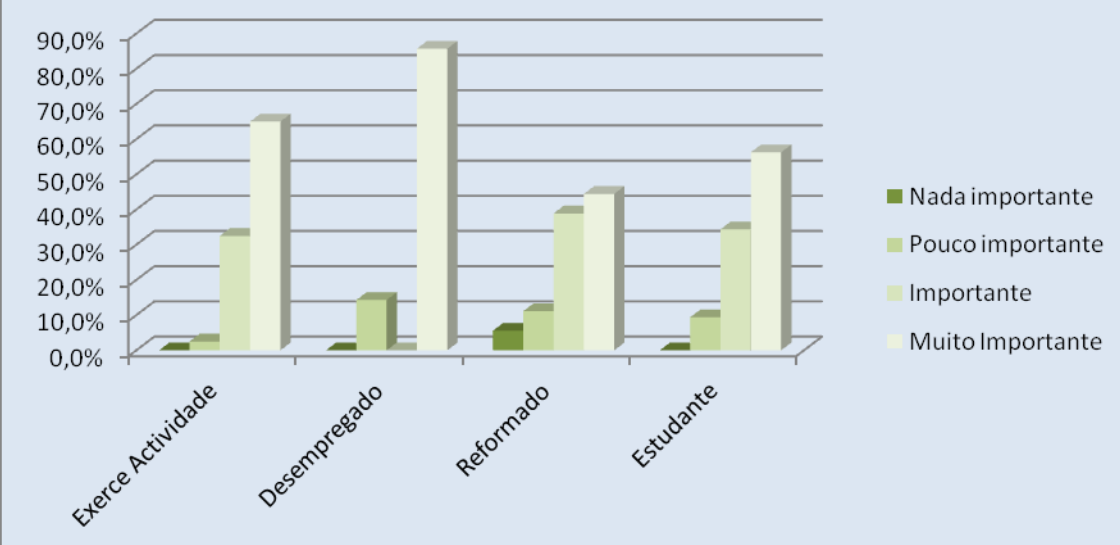
É nos dois escalões etários intermédios que mais se valoriza o relaxamento que o destino permite, como se pode observar através da análise do Gráfico 63.2. Temos assim, que no primeiro escalão 57,1% dos inquiridos consideram o relaxamento que o destino permite, muito importante. Este valor sobe para os 69,5% no segundo escalão, e para os 70,5% no terceiro escalão, voltando a cair no quarto escalão para 49,1%. Podemos ainda constatar que é no quarto escalão que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram o factor em estudo importante (43,4%) e nada importante (1,9%).

Gráfico 65.3 - Relaxamento/Nível de Escolaridade



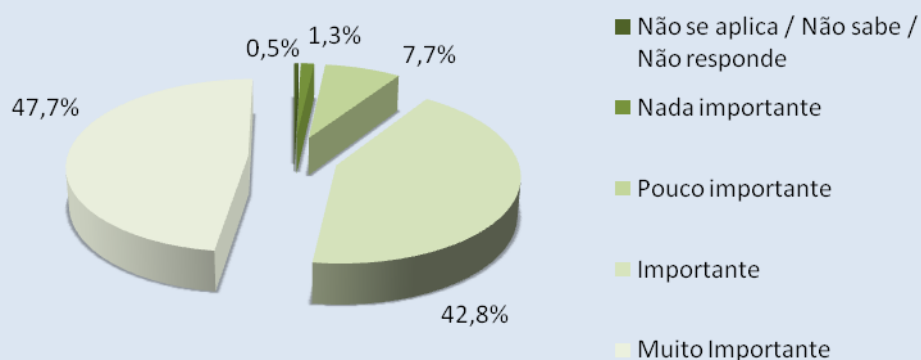
Verificamos, no Gráfico 65.3, que são os indivíduos com bacharelato ou licenciatura que atribuem maior importância ao relaxamento que o destino permite, no momento de seleccionar um local de viagem em prejuízo de outros. Temos assim que 73% dos indivíduos deste grupo considera o factor em estudo muito importante, enquanto este valor se queda pelos 51,4% no grupo de indivíduos com grau académico mais baixo, e pelos 69,2% no grupo de indivíduos com mestrado ou doutoramento. É ainda entre os indivíduos com escolaridade completa até ao ensino secundário que encontramos as proporções mais elevadas de indivíduos que consideram esta condição pouco ou nada importante.

Gráfico 65.4 - Relaxamento/Situação Profissional



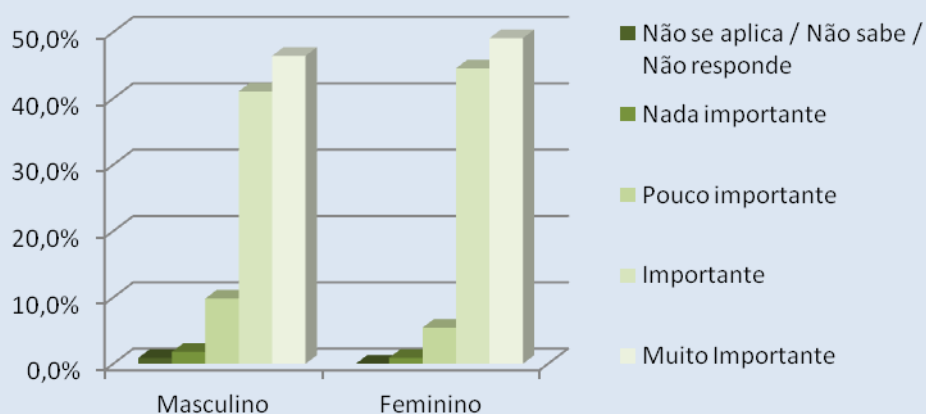
É entre os reformados que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram o relaxamento que o destino permite nada importante. É de resto neste grupo que encontramos a percentagem mais baixa de indivíduos que consideram este factor muito importante, sendo que é entre os desempregados, pese a sua baixa representatividade na amostra global, que este valor atinge o seu ponto mais elevado, representando 85,7% do grupo. Não se verificam diferenças significativas entre estudantes e trabalhadores. Ainda assim, podemos observar que são estes últimos os que maior relevância atribuem ao relaxamento que o destino permite com 65% dos inquiridos a classificar este factor com o nível mais elevado de importância, contra apenas 56,3% dos estudantes. Podemos ainda verificar que, entre trabalhadores e estudantes, é neste último grupo que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram este factor pouco importante.

Gráfico 66 - Características do clima da região



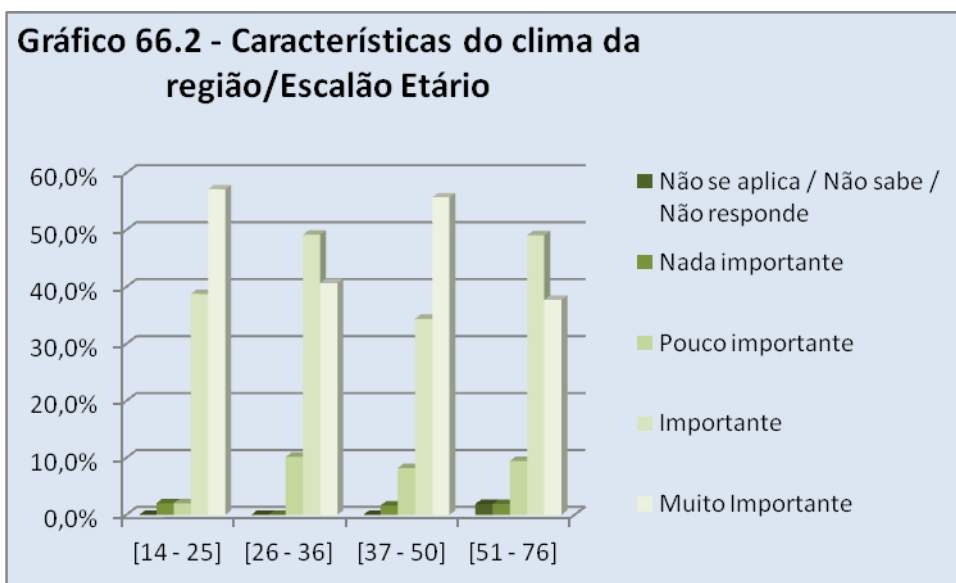
As características do clima da região são consideradas por 47,7% dos inquiridos como muito importante no momento de seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outro. Temos depois que 42,8% consideram este factor importante, 7,7% consideram pouco importante, e 1,3% da amostra atribui o nível mínimo de importância enquanto apenas 0,5% dos inquiridos dizem não considerar o factor em análise no momento de tomada de decisão.

Gráfico 66.1 - Características do clima da região/Género



Não se verificam diferenças significativas entre homens e mulheres relativamente ao peso que o clima tem no momento de se seleccionar um destino em detrimento de outro. É importante manter presente que, sobretudo

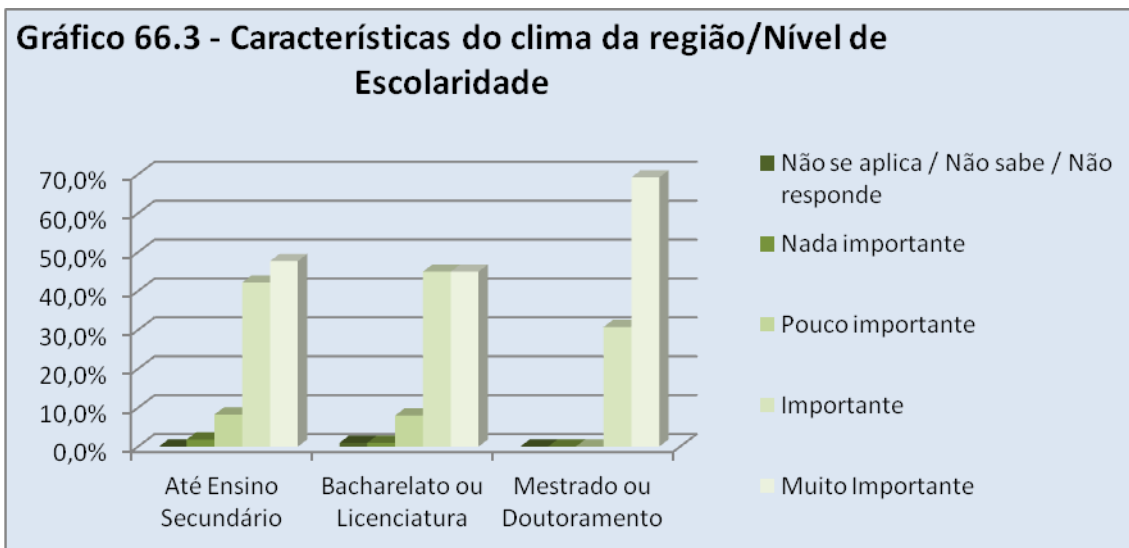
entre casais e famílias, esta decisão é tomada em grupo sendo que nem sempre as opiniões são unânimes, e nem todos os factores em análise têm a mesma importância para os indivíduos do sexo masculino e do sexo feminino. Ainda assim verificamos que são as mulheres quem maior importância atribui ao clima da região, com 49,1% a considerar o factor muito importante, enquanto vai ser entre os homens que vamos encontrar as percentagens mais elevadas de indivíduos a considerar o clima pouco ou nada importante (9,8% e 1,8%, respectivamente).



Decompondo a análise da importância das características do clima de região por escalão etário, podemos constatar que é entre os mais jovens e os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos de idade que se releva mais o clima do destino no momento da tomada de decisão. Verificamos ainda que vai ser no segundo e no quarto escalões que encontramos as percentagens mais baixas de indivíduos que consideram o factor pouco importante, representando 10,2% e 9,4% dos escalões, respectivamente.

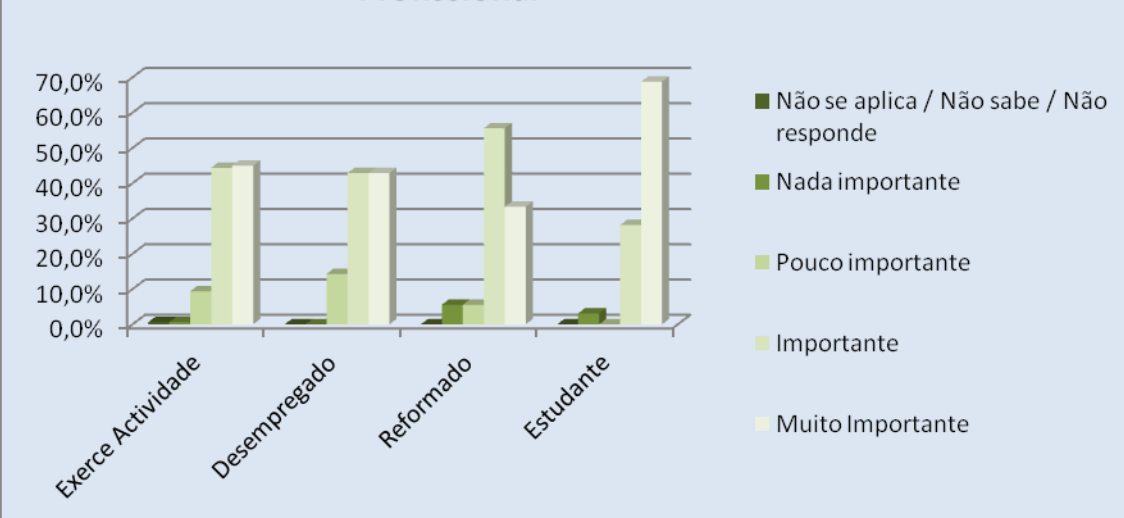
Temos assim que no primeiro escalão 57,1% dos inquiridos atribui o nível máximo de importância ao factor em análise, enquanto 38,8% consideram o factor importante. No segundo escalão este valor sobe para os 49,2% enquanto apenas 40,7% dos inquiridos atribui relevância máxima ao clima. No terceiro escalão temos que 55,7% da amostra considera o clima muito

importante quando selecciona um destino em detrimento de outro, enquanto no quarto escalão este valor desce para os 37,7%, com 34,4% a considerar o factor importante no terceiro escalão, e 49,1% a atribuir o segundo nível superior de relevância no escalão referente aos indivíduos com idades mais avançadas.



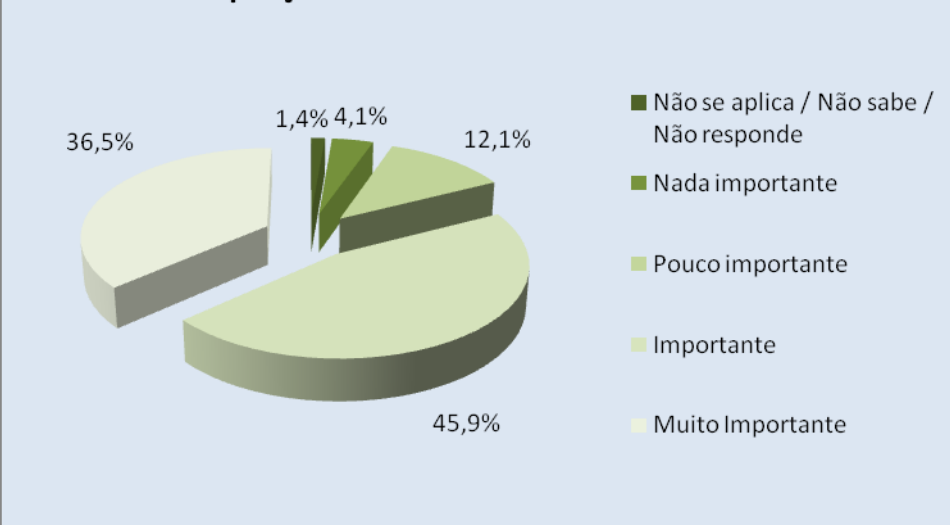
Apesar da baixa representatividade na amostra global, podemos constatar que é entre os indivíduos com grau académico superior que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos a considerar as características do clima da região muito importante no momento de seleccionar um destino de viagem em detrimento de outro, representando 69,2% do grupo. Verificamos ainda que, embora não se verifiquem diferenças substanciais entre os indivíduos com um nível de escolaridade até ao ensino secundário e os indivíduos com bacharelato ou licenciatura, são os primeiros a atribuir maior importância ao clima da região aquando da selecção do destino de Natureza.

Gráfico 66.4 - Características do clima da região/Situação Profissional



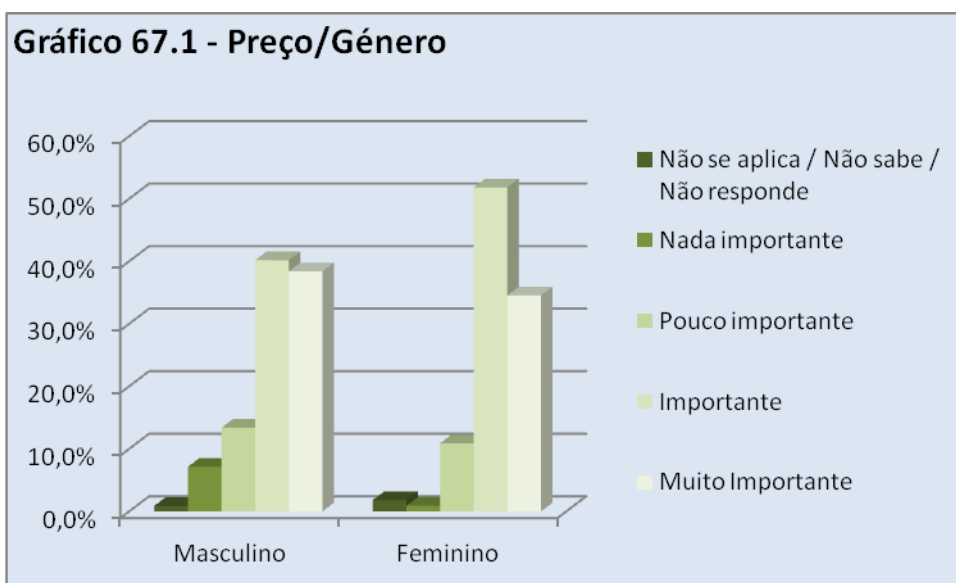
São os estudantes quem mais considera o clima da região aquando da selecção de um destino de viagem, com 68,8% do grupo a considerar este factor muito importante. Vai ser entre os indivíduos em situação de reforma que esta percentagem se apresenta mais baixa, representando um terço do grupo. Relativamente aos indivíduos inseridos no mercado de trabalho e os indivíduos em situação de desemprego, podemos verificar que embora não se registem diferenças significativas em termos proporcionais, são os indivíduos em actividade aqueles que maior importância atribuem ao clima do destino no momento de tomada de decisão.

Gráfico 67 - O preço



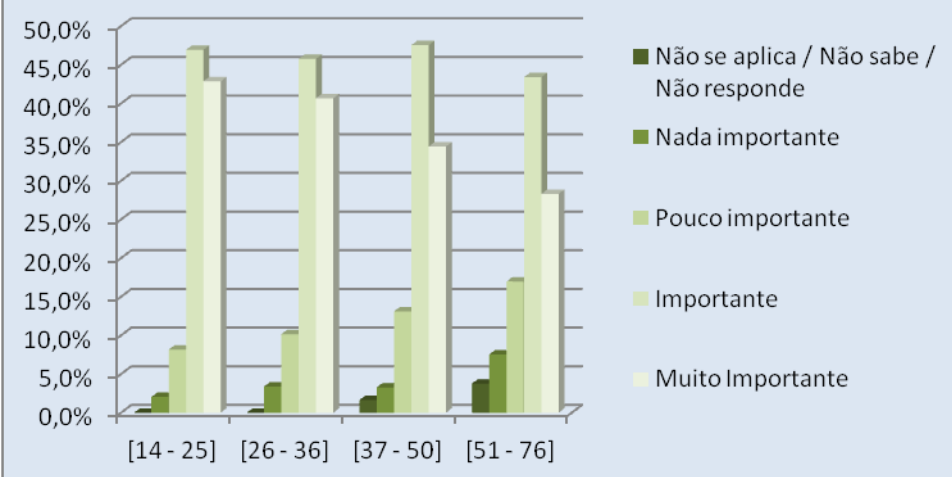
Neste contexto, o preço do destino representa o agregado dos custos que representa viajar para um determinado destino de Natureza. Podemos aqui incluir a viagem, os gastos com transporte, alojamento, alimentação e lazer. Embora todos estes itens sejam relativamente variáveis em termos de custos de acordo com o nível de exigência e das preferências do turista, decidimos considerar o factor preço como um todo, no sentido de facilitar a análise do peso que este factor tem na selecção de um destino em detrimento de outro.

Deste modo, 36,5% da amostra global considera este factor muito importante no momento de escolher um destino, enquanto 45,9% atribui o segundo nível de relevância ao preço, 12,1% considera pouco importante, 4,1% diz não ser importante, e apenas 1,4% afirma não considerar o preço no momento seleccionar um destino de Natureza em prejuízo de outros.



Como podemos observar no Gráfico 67.1, são os homens quem mais se preocupa com o preço do destino de Natureza, com 38,4% dos inquiridos a considerar o factor muito importante. Podemos ainda verificar que mais de metade das mulheres considera o factor importante mas não decisivo, e que é entre os homens que encontramos as percentagens mais elevadas dos que consideram o preço pouco e nada importante (13,4% e 7,1%, respectivamente).

Gráfico 67.2 - Preço/Escalão Etário

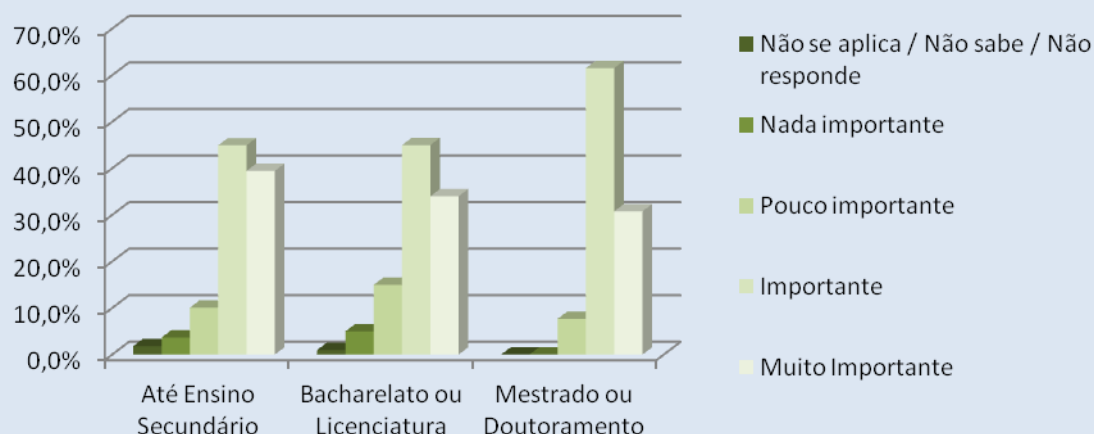


Analisando o Gráfico 67.2, referente à importância que o preço do destino comporta aquando da selecção de um destino de Natureza por escalão etário, verificamos imediatamente a tendência para o decréscimo da proporção de indivíduos que consideram o factor em análise muito importante, à medida que a idade da amostra avança.

Nesta sequência, no primeiro escalão, 42,9% dos inquiridos considera o preço muito importante no momento de tomada de decisão. Este valor desce para os 40,7% no segundo escalão, 34,4% no terceiro escalão, e 28,3% no escalão referente aos indivíduos com idades mais avançadas.

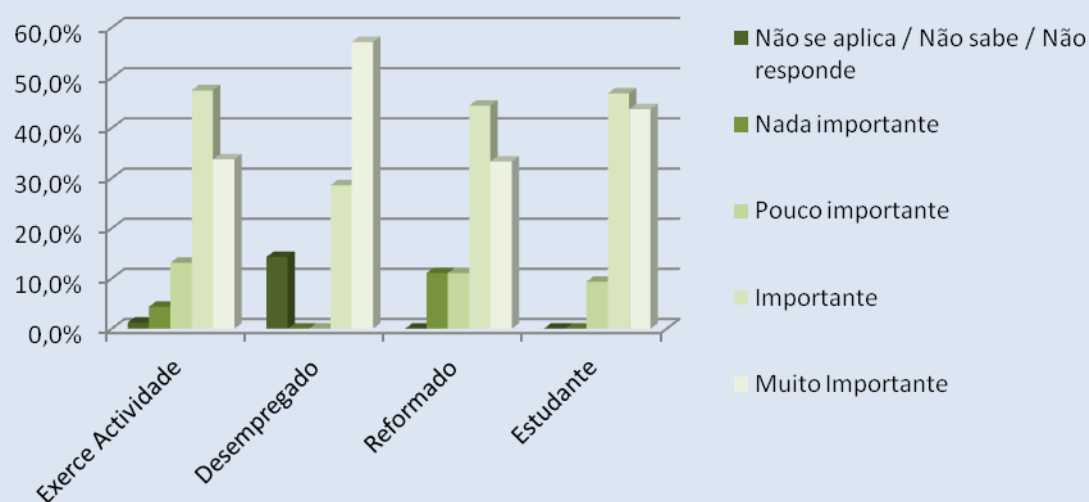
Podemos ainda observar a proporção de sujeitos que consideram o preço pouco importante aumenta à medida que a idade da amostra aumenta, sendo que no primeiro escalão, a proporção de indivíduos a atribuir este nível de importância ao factor em análise é de apenas 8,2%, subindo para os 10,2% no segundo escalão, 13,1% no terceiro escalão, e 17% no último escalão.

Gráfico 67.3 - Preço/Nível de Escolaridade



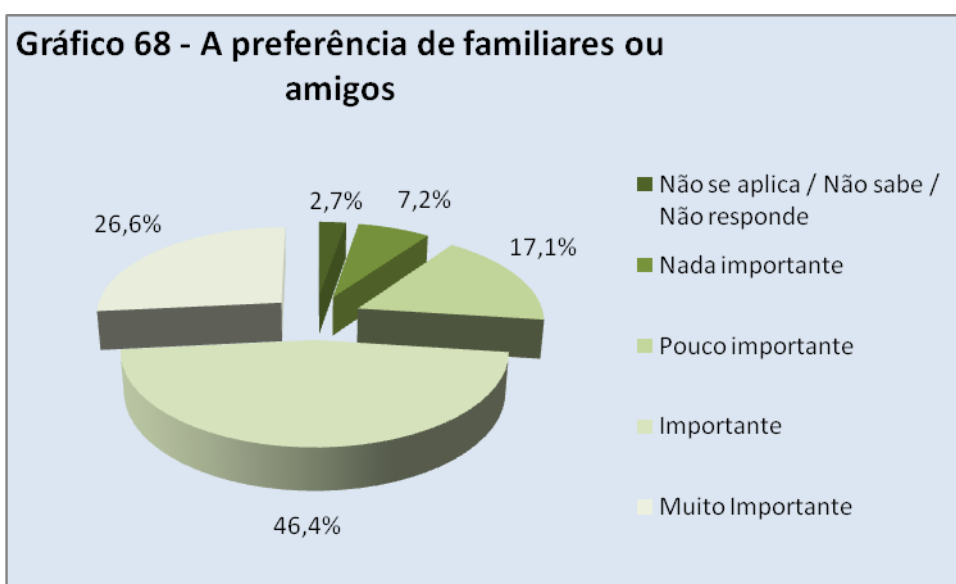
No gráfico 67.3, referente à importância que o preço tem no momento de seleccionar um destino de Natureza, por nível de escolaridade, podemos verificar imediatamente a tendência de diminuição da proporção de indivíduos a atribuir o nível mais elevado de importância ao factor em análise, à medida que o grau académico da amostra aumenta. Temos assim que 39,4% dos indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário consideram o preço muito importante, enquanto nos indivíduos licenciados este valor baixa para os 34%, e para os 30,8% nos indivíduos com mestrado ou doutoramento. É ainda entre os licenciados que se encontra a proporção mais elevada de indivíduos que atribuem o nível de importância mais baixo ao preço (5%).

Gráfico 67.4 - Preço/Situação Profissional



É entre os sujeitos em situação de desemprego que se atribui maior importância ao preço, com mais de metade da amostra do grupo a considerar o factor em análise muito importante. Também os estudantes relevam consideravelmente este factor dado o menor grau de independência financeira, é fácil inferir que se trata de um grupo que tendencialmente escolherá destinos e soluções que se comprovem economicamente mais acessíveis.

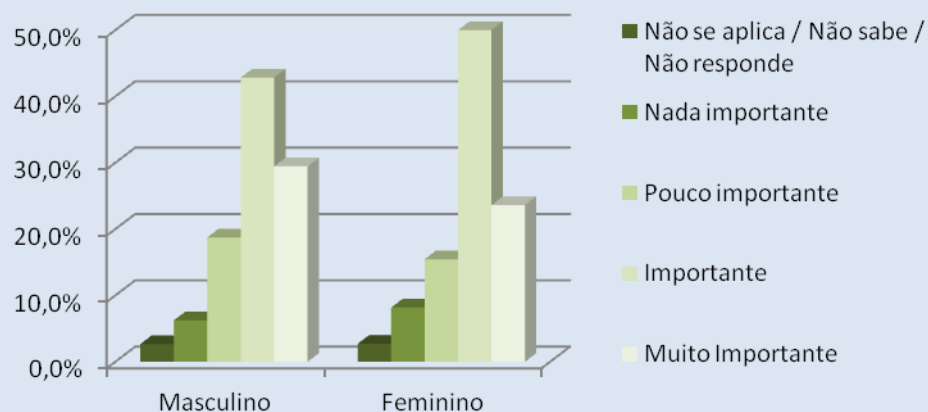
Podemos aqui estabelecer um paralelismo entre os indivíduos em actividade profissional e os indivíduos em situação reforma. Embora não se verifiquem diferenças significativas entre estes grupos verificamos que, proporcionalmente, é entre os primeiros que se atribui maior relevância ao preço, com 33,8% da amostra a atribuir o nível máximo de importância ao factor. Observamos ainda que é entre os indivíduos reformados que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que atribuem o nível mais baixo de importância ao preço.



Apenas 26,6% da amostra considera muito importante a preferência de familiares ou amigos, companheiros de viagem ou não, no momento de seleccionar um destino de Natureza em detrimento de outro. Podemos ainda observar que 46,4% da amostra considera este factor importante, enquanto 17,1% diz ser pouco importante, 7,2% nada importante, e 2,7% dos inquiridos

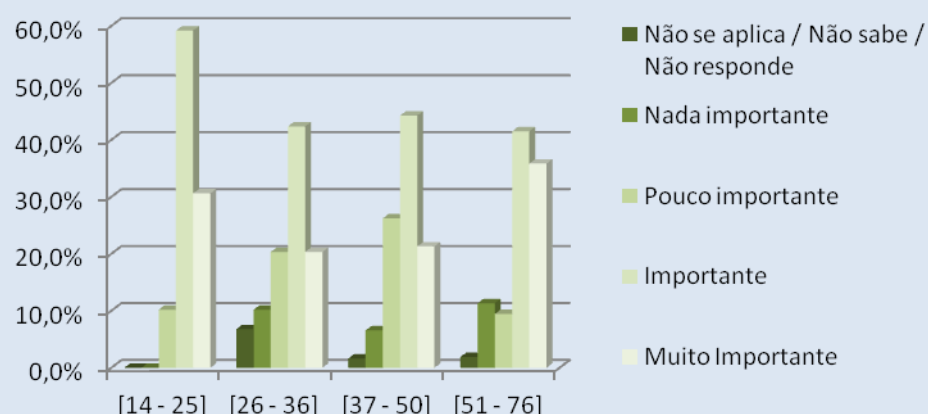
afirma não considerar a preferência de familiares ou amigos no momento de seleccionar um destino de Natureza em detrimento de outro.

Gráfico 68.1 - Preferência de familiares ou amigos/Género



Podemos observar, através da análise do Gráfico 68.1, que são os Homens quem maior importância atribui à preferência de familiares ou amigos, com 29,5% da amostra a considerar o factor muito importante. Temos ainda que entre as Mulheres este valor queda-se pelos 23,6%, e vai ser entre estas que encontramos a proporção mais elevada de inquiridos que atribuem o nível mais baixo de importância ao factor em análise (8,2%).

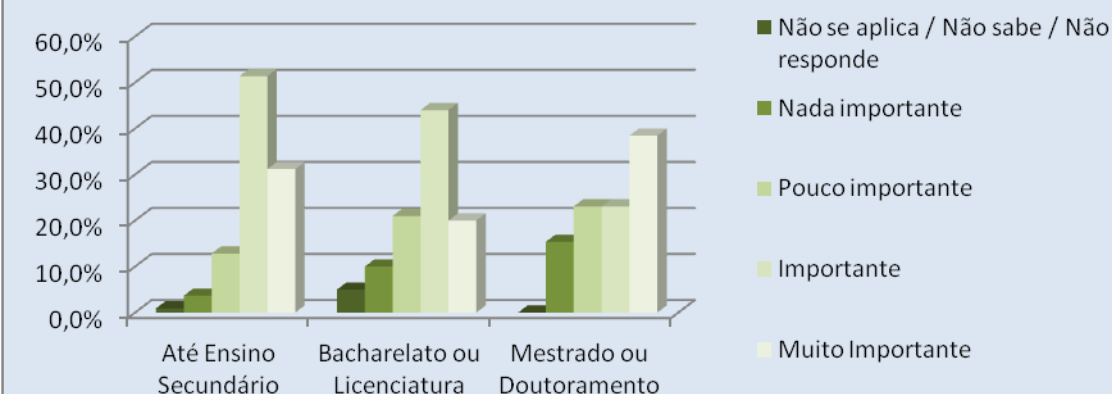
Gráfico 68.2 - Preferência de familiares ou amigos/Escalão Etário



Observando o Gráfico 68.2, referente ao peso da preferência de familiares ou amigos no momento de seleccionar um destino de Natureza em detrimento de outros, observamos que é os mais jovens e os indivíduos com idades mais avançadas que se atribui maior importância ao factor em análise. Este facto pode ser explicado pela mesma condição, em situações análogas, isto é, o facto dos mais jovens ainda não terem a independência financeira e a autonomia para tomar decisões individualmente, relativamente aos destinos de férias, poderá fazer com que atribuam maior importância à opinião do grupo.

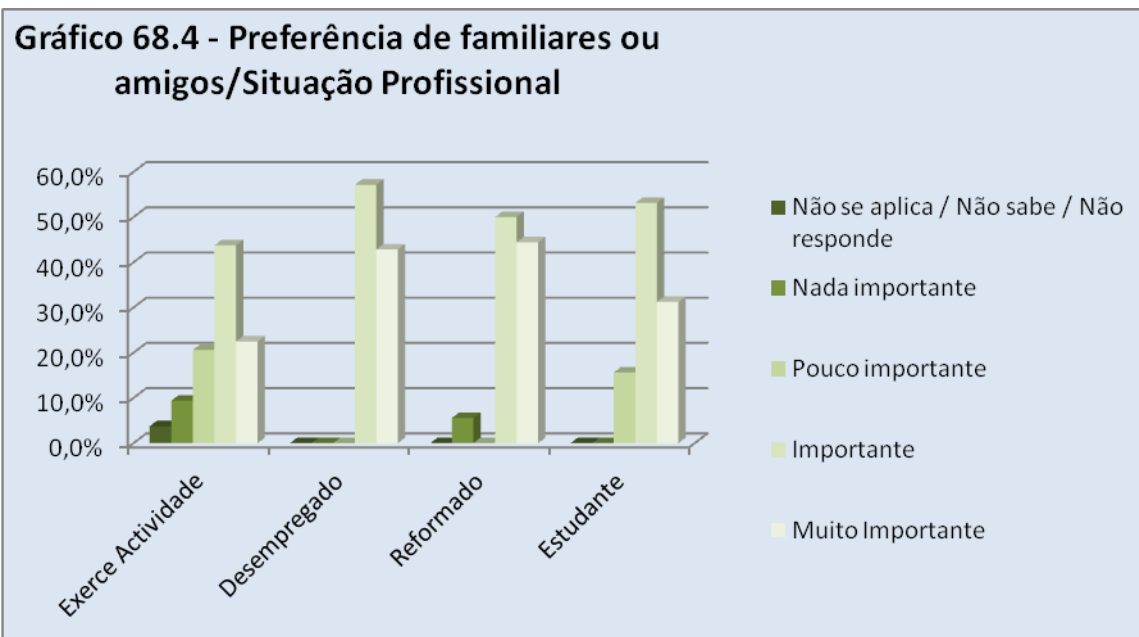
Por outro lado, a parte da amostra referente aos indivíduos com idades compreendidas entre os 51 e os 76 anos de idade, encontra-se numa fase das suas vida onde já passaram o auge das suas capacidades físicas/motoras, e o seu nível de autonomia já não é total, como se prevê que aconteça nos dois escalões intermédios. Temos assim que 30,6% dos indivíduos com idades compreendidas entre os 14 e os 25 anos de idade consideram a preferência de familiares ou amigos muito importante aquando da selecção de um destino de Natureza. Este valor vai cair para os 20,3% no segundo escalão, subindo ligeiramente para os 21,3% no terceiro escalão, e fixando-se nos 35,8% no quarto escalão. Podemos ainda observar que vai ser aqui que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que atribuem o nível mínimo de importância a este factor (11,3%).

Gráfico 68.3 - Preferência de familiares ou amigos/Nível de Escolaridade



São os indivíduos com grau académico superior que mais consideram a opinião de familiares ou amigos no momento de seleccionar um destino de Natureza. Temos assim que 38,5% dos sujeitos com mestrado ou doutoramento consideram este factor muito importante, sendo que entre os indivíduos com bacharelato ou licenciatura este valor se queda pelos 20%. Entre os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário, observamos que 31,2% consideram este factor muito importante, sendo que mais de metade da amostra referente a este grupo considera o factor importante.

Curiosamente vai ser ainda entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento, pese a baixa representatividade na amostra global, que vamos encontrar as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram este factor pouco ou nada importante (23,1% e 15,4%, respectivamente).

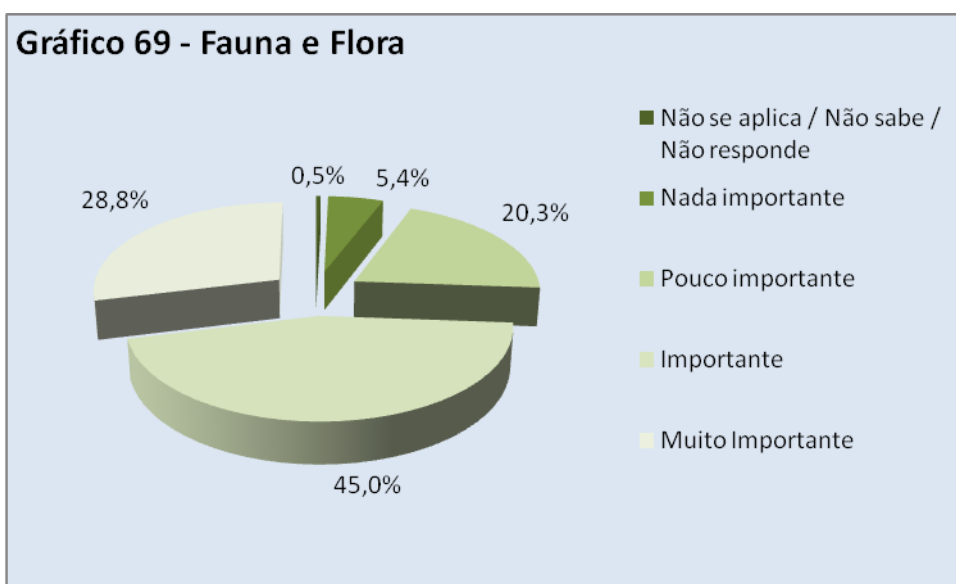


Como podemos observar no Gráfico 68.4, é previsivelmente entre os indivíduos em situação de desemprego e os indivíduos em situação de reforma que se dá maior relevância à preferência de familiares ou amigos, aquando da selecção de um destino de viagem, onde 42,9% e 44,4% consideram o factor muito importante, respectivamente. Logo de seguida encontra-se o grupo dos estudantes onde 31,3% atribui o nível máximo de relevância à condição em análise. Este facto pode ser mais uma vez explicado pela maior ou menor

autonomia⁴⁰ dos indivíduos que compõem cada um dos grupos profissionais. Para comprovar este facto podemos observar que, não só é entre os indivíduos em actividade profissional que encontramos a proporção mais baixa de inquiridos a atribuir o nível mais elevado de importância à preferência de familiares ou amigos (22,5%), como é igualmente entre estes que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram este factor pouco ou nada importante (20,6% e 9,4%, respectivamente), ou que não consideram o factor no momento da tomada de decisão (3,8%).

3.2.3. Características do Destino de Natureza

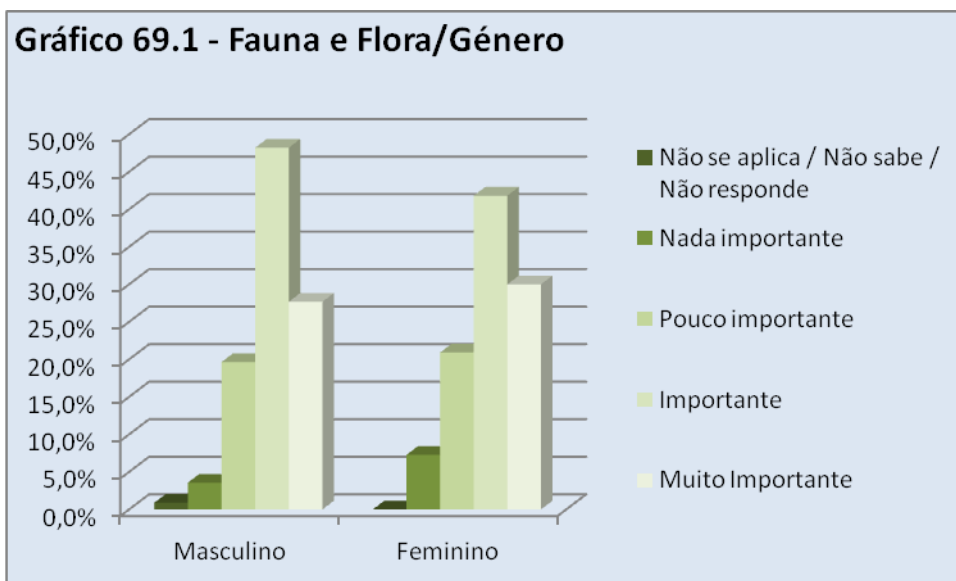
Para completar o estudo sobre as motivações do consumidor de Turismo de Natureza na Barragem do Alqueva, inquirimos a amostra sobre a importância das características do local na determinação do destino de viagem.



Como podemos observar no Gráfico 69, apenas 28,8% da amostra considera a fauna e a flora da região muito importante no destino de viagem. No entanto, 45% dos inquiridos diz ser importante, enquanto 20,3% considera um factor pouco importante, 5,4% considera a fauna e a flora nada importante,

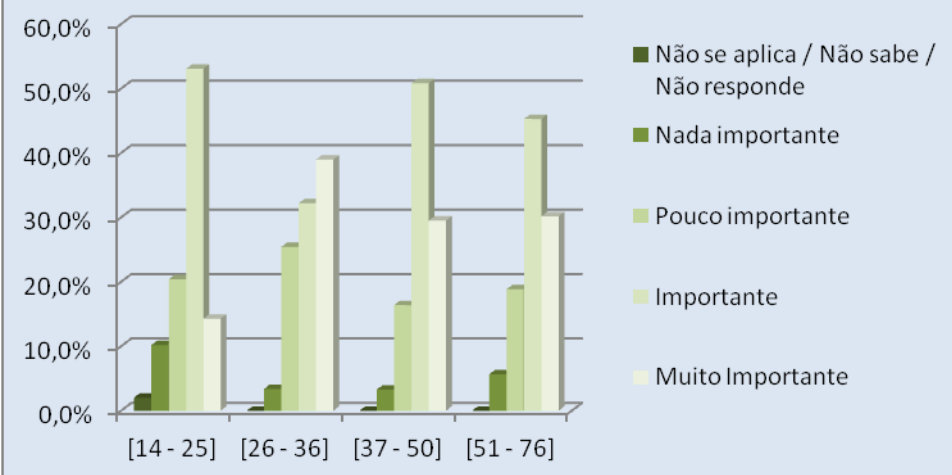
⁴⁰ Autonomia pode ser económica ou motora, considerando os indivíduos com idades mais avançadas que não dispõem das mesmas capacidades físicas que os indivíduos mais jovens.

e 0,5% diz não considerar o factor em análise quando escolhe viajar para determinado destino.



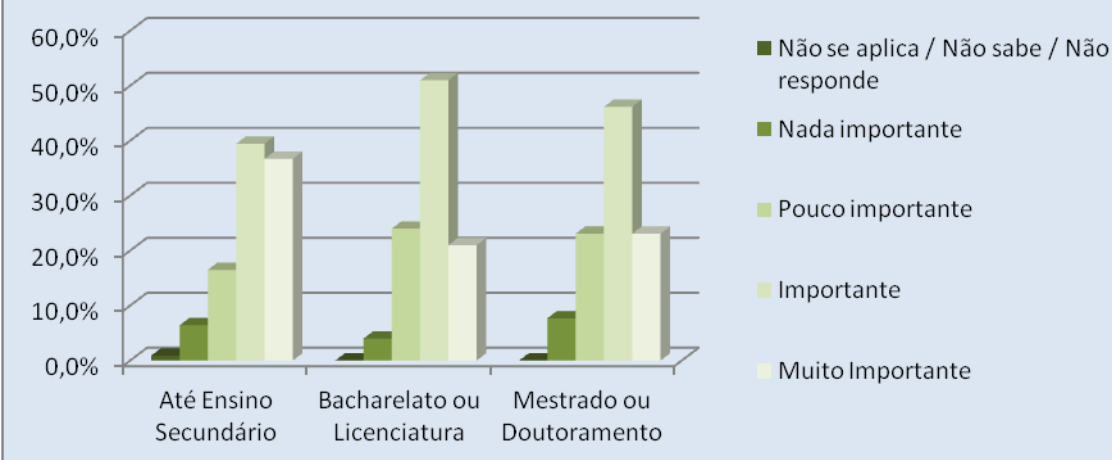
Embora, como já pudemos observar, sejam os homens que mais importância atribuem à fauna e à flora como factor de diferenciação na escolha de um destino em detrimento de outro, são as mulheres quem maior importância atribui à fauna e flora de um destino aquando da selecção do mesmo. Temos assim que 30% das mulheres considera este factor muito importante, enquanto apenas 27,7% dos homens atribui a classificação máxima a este factor. É, no entanto, entre os homens que encontramos a percentagem mais elevada de inquiridos que consideram o factor importante, representando 48,2% da amostra do sexo masculino. Curiosamente, vai ser entre as Mulheres que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram a fauna e a flora pouco e nada importante (20,9% e 7,3%, respectivamente).

Gráfico 69.2 - Fauna e Flora/Escalão Etário



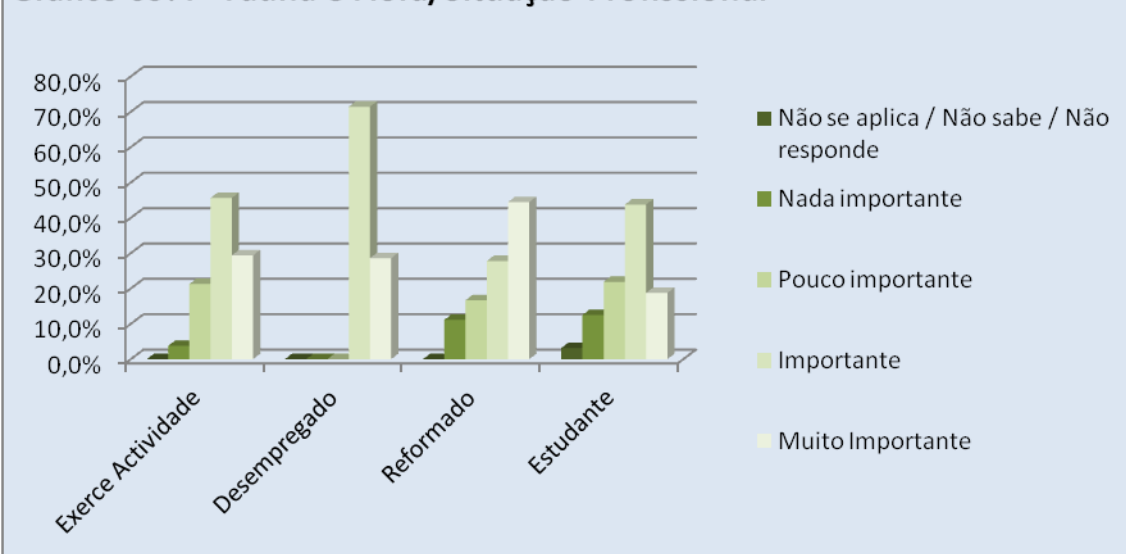
É entre os indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos de idade que mais se olha para a fauna e flora do destino aquando da selecção do mesmo. Neste grupo 39% dos indivíduos consideram o factor muito importante na escolha do destino. É entre os mais jovens que se olha menos à fauna e à flora com apenas 14,3% a considerarem o factor muito importante, e apresentando a proporção mais elevada de indivíduos que consideram ao factor nada importante (10,2%). Ainda assim mais de metade da amostra deste escalão considera a fauna e a flora do destino importante. Nos dois escalões mais avançados não se verificam diferenças significativas.

Gráfico 69.3 - Fauna e Flora/Nível de Escolaridade



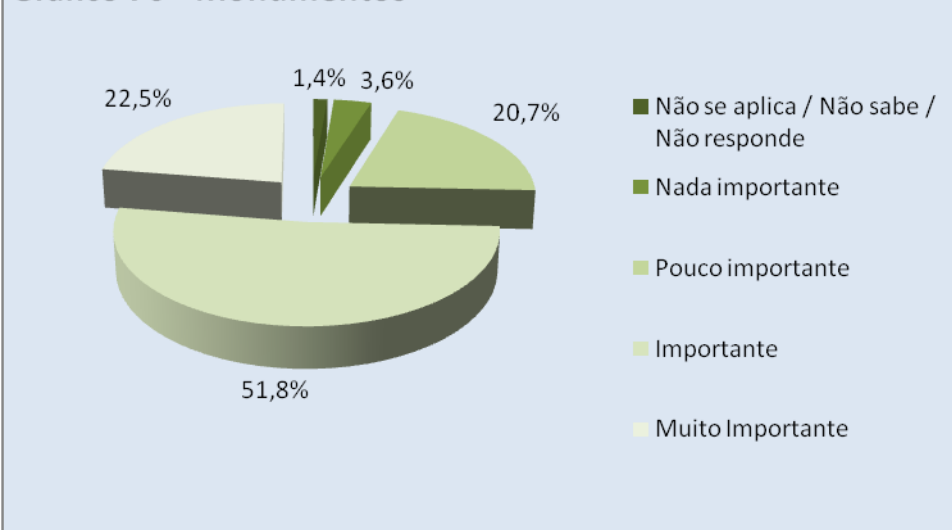
São os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino básico os que atribuem à fauna e flora de uma região uma superior importância, aquando da selecção do destino. Podemos observar que 36,7% dos inquiridos com este grau académico atribuem importância máxima à condição em estudo. Este valor queda-se pelos 21% entre os licenciados, e pelos 23,1% entre os sujeitos com mestrado ou doutoramento. São igualmente estes que mais desconsideram este factor com 7,7% dos inquiridos a atribuir importância mínima à fauna e flora.

Gráfico 69.4 - Fauna e Flora/Situação Profissional



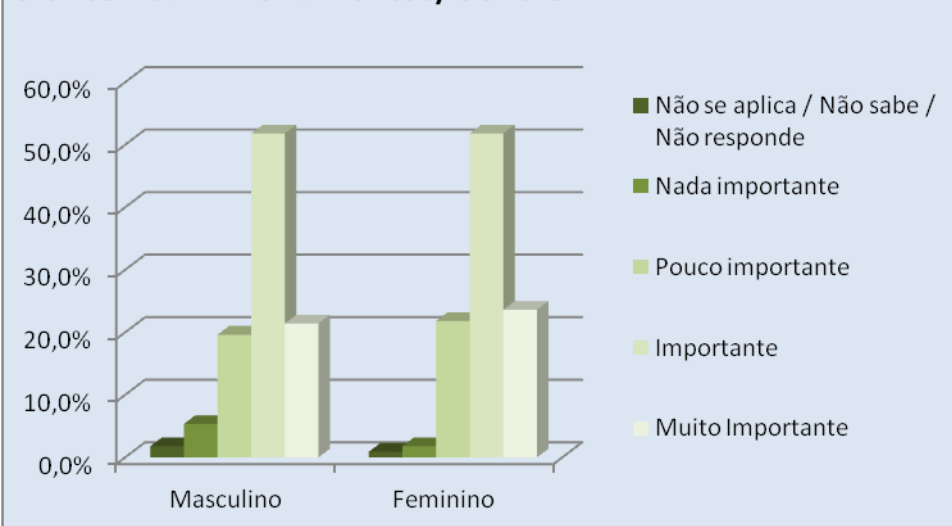
Como podemos observar pelo Gráfico 69.4, é entre os reformados que se dá maior importância à fauna e flora da região na escolha do destino de viagem, com 44,4% dos inquiridos a considerar o factor muito importante. Temos ainda que mais de 70% dos indivíduos em situação de desemprego considera a fauna e flora importante, e é entre os estudantes que mais se desconsidera este factor com 12,5% dos inquiridos a considerar pouco importante, e 3,1% a admitir não considerar a condição em estudo.

Gráfico 70 - Monumentos



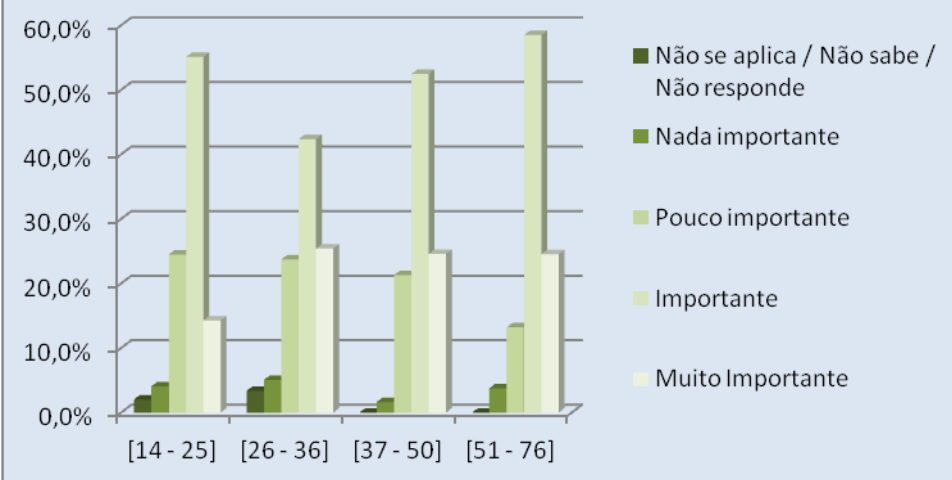
A existência de monumentos no destino é considerada por 22,5% dos inquiridos muito importante no momento de tomada de decisão. Temos depois que mais de metade da amostra considera este factor importante, enquanto 20,7% diz ser pouco importante, e 3,6% diz não ser nada importante. Apenas 1,4% da amostra admite não considerar a existência de monumentos na região aquando da selecção do destino de viagem.

Gráfico 70.1 - Monumentos/Género



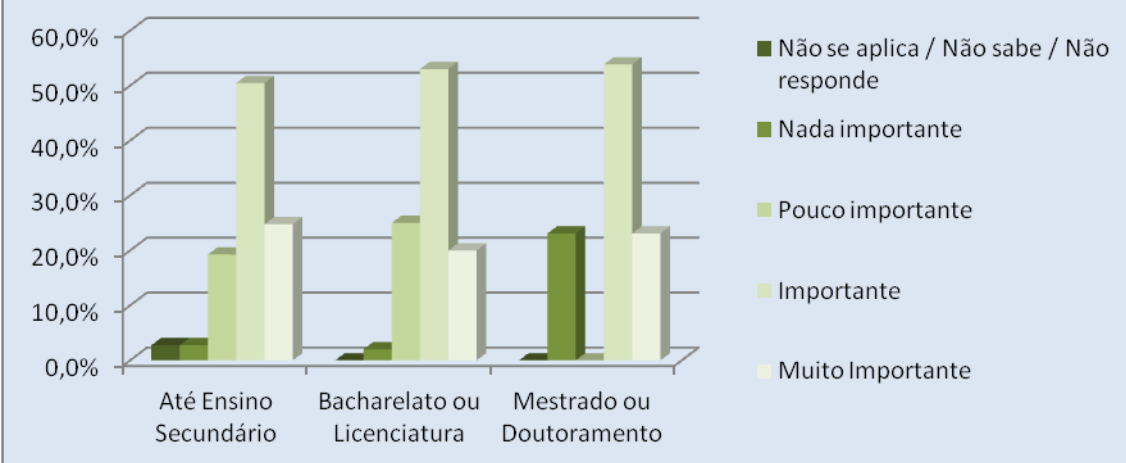
Embora não se verifiquem diferenças substanciais entre géneros, são uma vez mais as mulheres quem maior importância atribui à existência de monumentos nas proximidades do destino de escolha. Podemos ainda observar que são os homens quem mais desconsidera este factor com 5,4% a atribuir o nível mínimo de importância.

Gráfico 70.2 - Monumentos/Escalão Etário

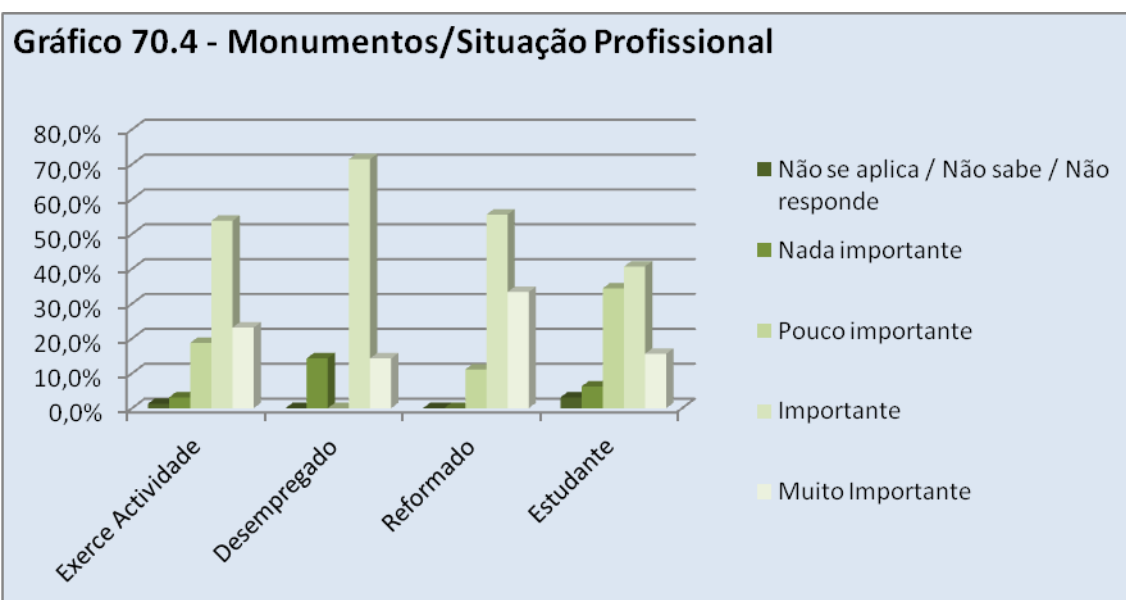


Analisando a condição em estudo por escalão etário verificamos que são os sujeitos com idades compreendidas entre os 26 e os 76 anos de idade quem mais considera a existência de monumentos aquando da escolha do destino de viagem. Observamos ainda uma tendência para a diminuição das percentagens de indivíduos que atribuem a classificação de pouco importante ao factor em análise à medida que a idade da amostra avança. Curiosamente vai ser no segundo escalão que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram o factor em análise muito importante (25,4%), nada importante (5,1%), e que dizem não considerar a existência de monumentos no destino de selecção (3,4%).

Gráfico 70.3 - Monumentos/Nível de Escolaridade

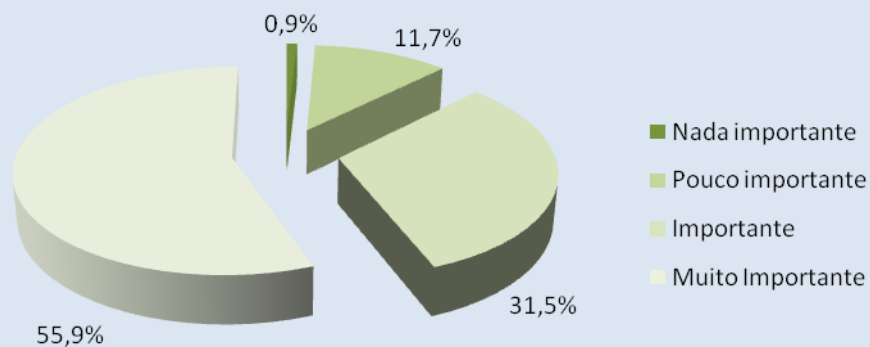


Mantendo presente a baixa representatividade na amostra global, é entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento, que mais se desconsidera a existência de monumentos nas proximidades com mais de 20% dos inquiridos a considerar o factor nada importante. São de resto os indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário aqueles que mais olham à existência de estruturas de elevado interesse histórico com 24,8% dos inquiridos a considerar o factor muito importante. Não se verificam diferenças significativas entre este grupo e os indivíduos com bacharelato ou licenciatura, embora seja neste grupo que encontremos as percentagens mais elevadas dos que consideram a condição em estudo pouco importante (25%).



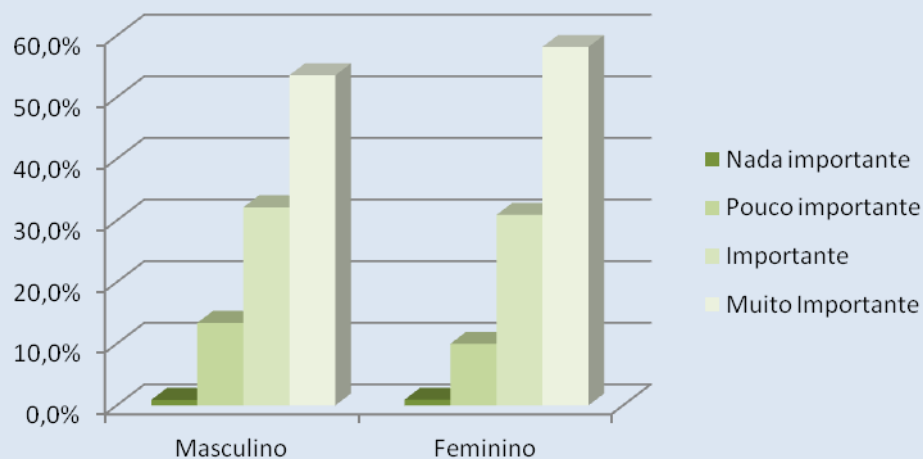
Como podemos observar pela análise do Gráfico 70.4, são os indivíduos em situação de reforma quem mais olha à existência de monumentos no destino de selecção, com mais de 30% do grupo a considerar o factor muito importante. É entre os estudantes que encontramos a percentagem mais baixa de indivíduos que classificam a existência de monumentos como importante, e a mais elevada dos que consideram este factor pouco importante. Ainda assim, é entre os desempregados que menos se considera esta condição com 14,3% dos inquiridos a considera-la nada importante.

Gráfico 71 - Clima



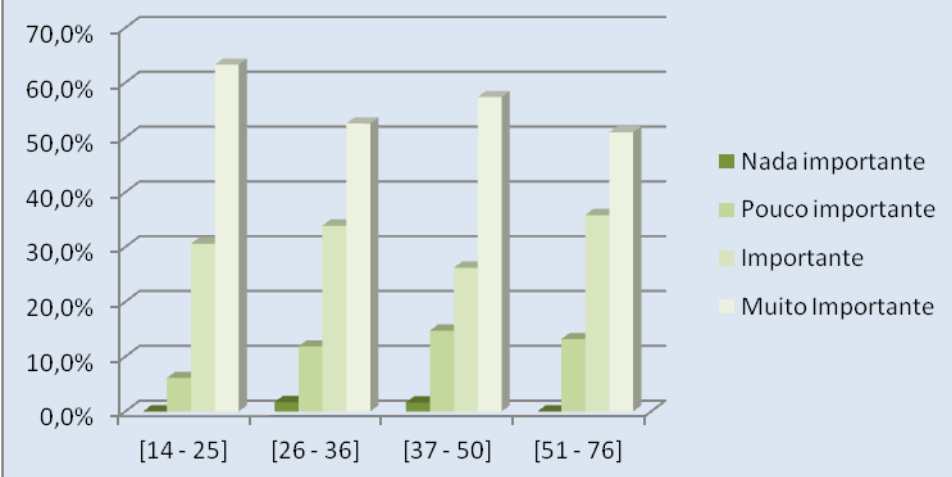
Relativamente ao clima do destino, 55,9% dos inquiridos declara ser um factor muito importante, enquanto 31,5% atribui o segundo nível mais elevado de relevância à condição em estudo. Apenas 11,7% diz ser pouco importante e 0,9% diz não ser nada importante aquando da escolha do destino.

Gráfico 71.1 - Clima/Género



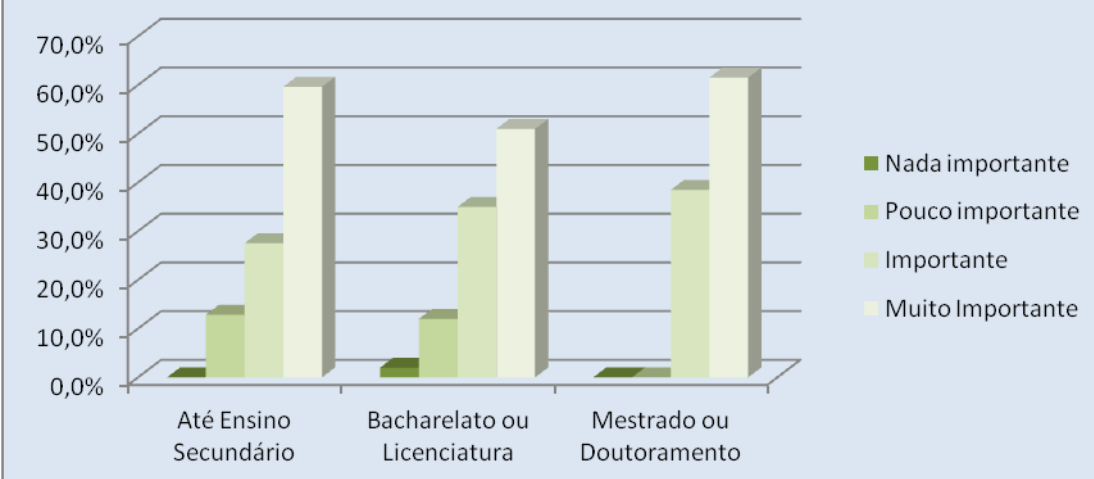
São mais uma vez as mulheres quem mais olha para o clima do destino no momento de escolha com 58,2% a considerar um factor muito importante contra apenas 53,6% dos homens, em termos proporcionais.

Gráfico 71.2 - Clima/Escalão Etário



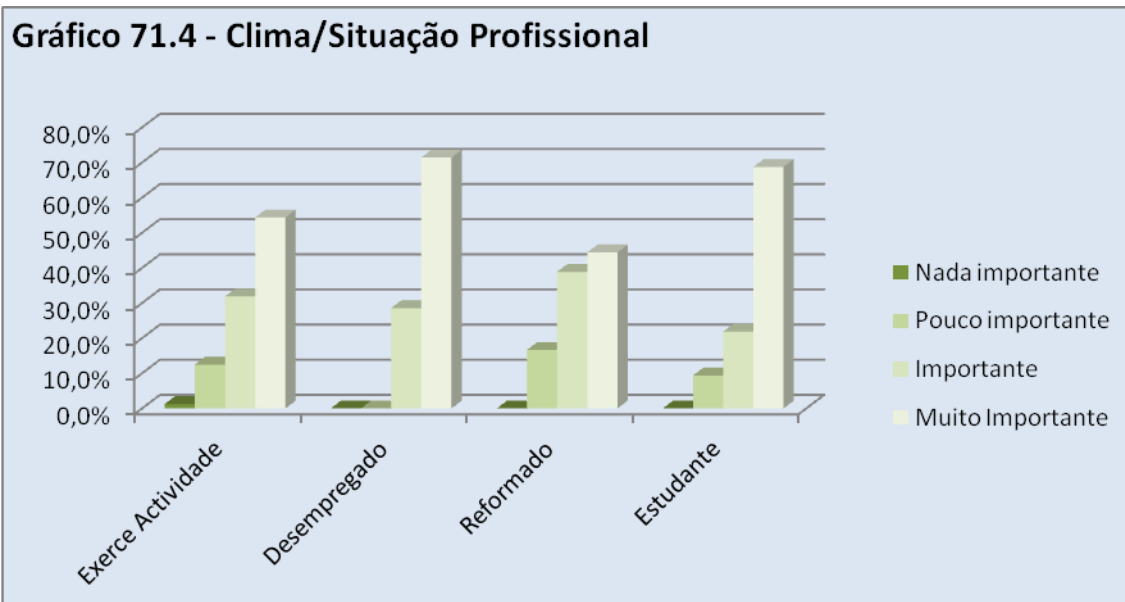
São os mais jovens quem maior importância atribui ao clima, como se pode observar através da análise do Gráfico 67.2, com mais de 60% dos inquiridos entre os 14 e os 25 anos de idade a considerarem o factor muito importante. Podemos ainda observar que é nos dois escalões intermédios que encontramos os únicos indivíduos que consideram o clima do destino nada importante quando escolhem viajar.

Gráfico 71.3 - Clima/Nível de Escolaridade



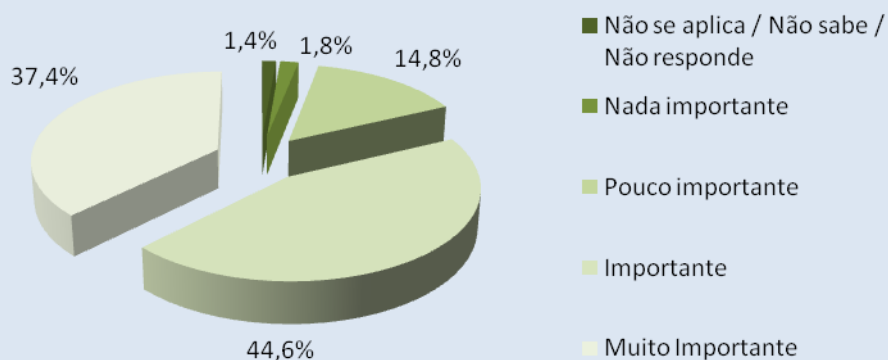
Como se pode observar no Gráfico 71.3, são os sujeitos com grau académico superior que atribuem mais importância ao clima do destino de escolha, com mais de 60% dos inquiridos a considerar este factor muito importante. Embora não se verifiquem diferenças significativas entre os indivíduos com bacharelato e licenciatura e os indivíduos com nível de

escolaridade até ao ensino secundário, é entre estes que mais se releva o clima no momento da escolha do destino de viagem, com 59,6% dos inquiridos a considerar o factor muito importante.



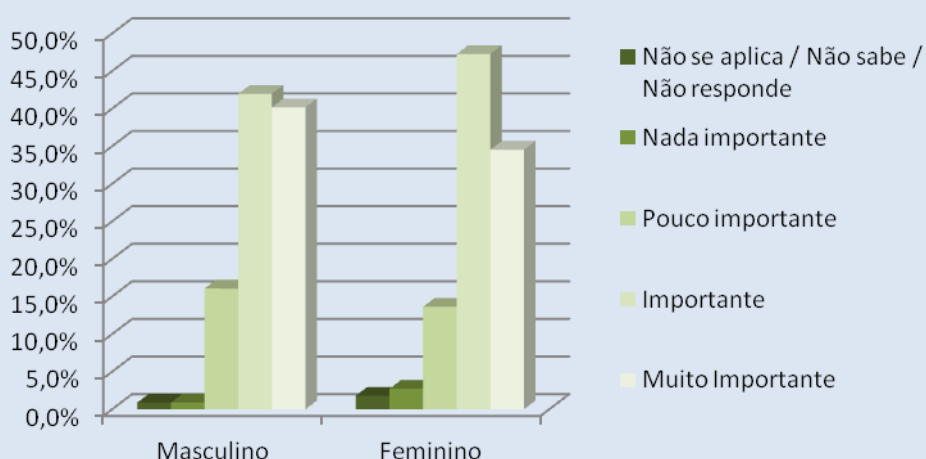
A distribuição do nível de importância atribuído por cada grupo profissional ao factor em estudo é relativamente idêntica, variando mais significativamente no grupo dos indivíduos em situação de desemprego, com uma representatividade relativamente baixa na amostra. Podemos ainda observar que é entre estes que se atribui maior relevância ao clima com mais de 70% dos inquiridos a considerar uma condição muito importante na selecção do destino. Seguem-se os estudantes, com 68,8% do grupo a considerar o clima muito importante; os indivíduos em actividade profissional com 54,4%, e finalmente os reformados com 44,4% dos inquiridos a atribuir a classificação máxima ao clima da região. De referir ainda que todos os indivíduos que atribuem o nível mínimo de importância ao clima se encontram em actividade profissional.

Gráfico 72 - Gastronomia



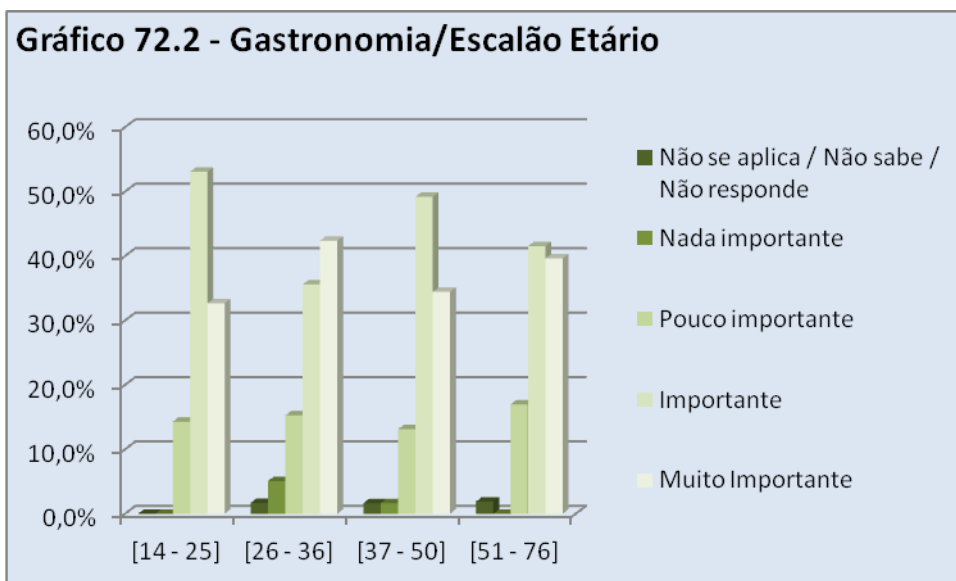
A gastronomia típica do destino de viagem é considerada por 37,4% dos inquiridos muito importante. Podemos ainda observar que mais de dois terços dos inquiridos consideram este factor importante ou muito importante, enquanto apenas 14,8% da amostra considera pouco importante, e 1,8% nada importante.

Gráfico 72.1 - Gastronomia/Género



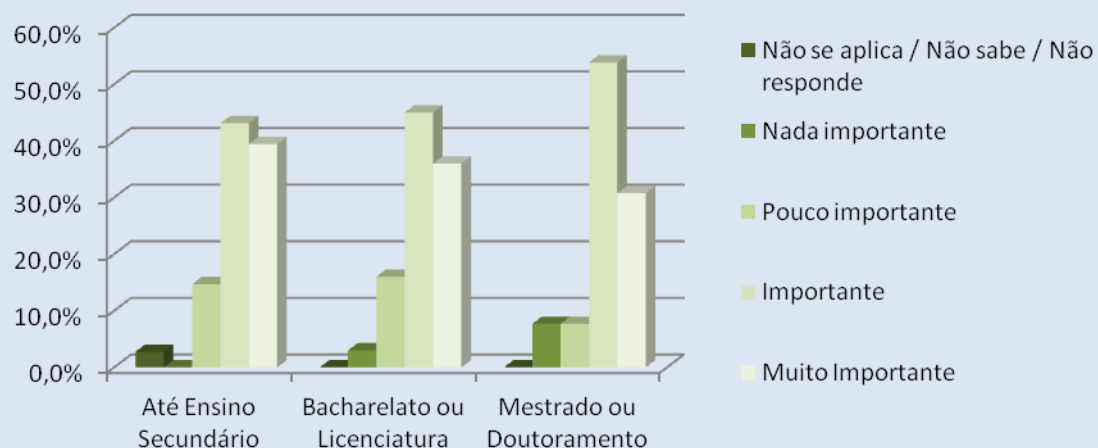
É entre os indivíduos do sexo masculino que encontramos a proporção mais elevada dos que consideram a gastronomia do destino muito importante, representando 40,2% do grupo. Curiosamente, em termos proporcionais vamos ter mais Homens do que Mulheres a considerar a gastronomia pouco importante. Ainda assim, é entre as Mulheres que encontramos as percentagens mais elevadas de inquiridos a considerar a gastronomia nada

importante (2,7%), e a não considerar a gastronomia aquando da escolha do destino (1,8%).



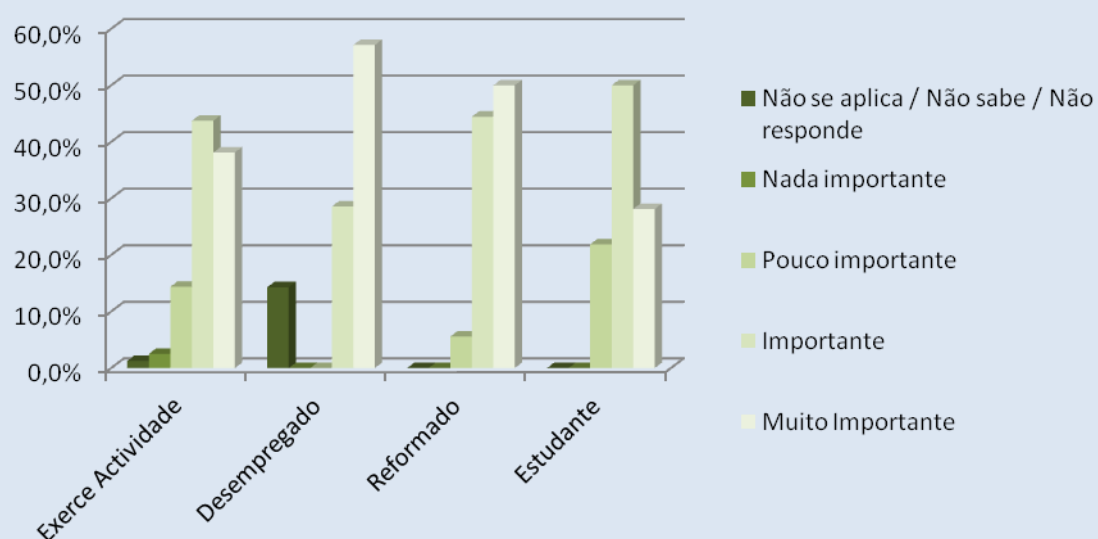
Decompondo a análise da importância da gastronomia na escolha do destino de viagem por escalão etário, verificamos que são os indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos de idade aqueles que mais relevância dão a este factor, com 42,4% dos inquiridos a atribuir a importância. Segue-se o grupo referente aos sujeitos com idades mais avançadas com 39,6% dos inquiridos a considerar a gastronomia muito importante, depois os indivíduos do terceiro escalão com 34,4% a atribuir classificação máxima, e por último os indivíduos com idades entre os 14 e os 25 anos onde apenas 32,7% da amostra considera a gastronomia muito importante. Observamos ainda que é no segundo escalão que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram este factor nada importante (5,1%).

Gráfico 72.3 - Gastronomia/Nível de Escolaridade

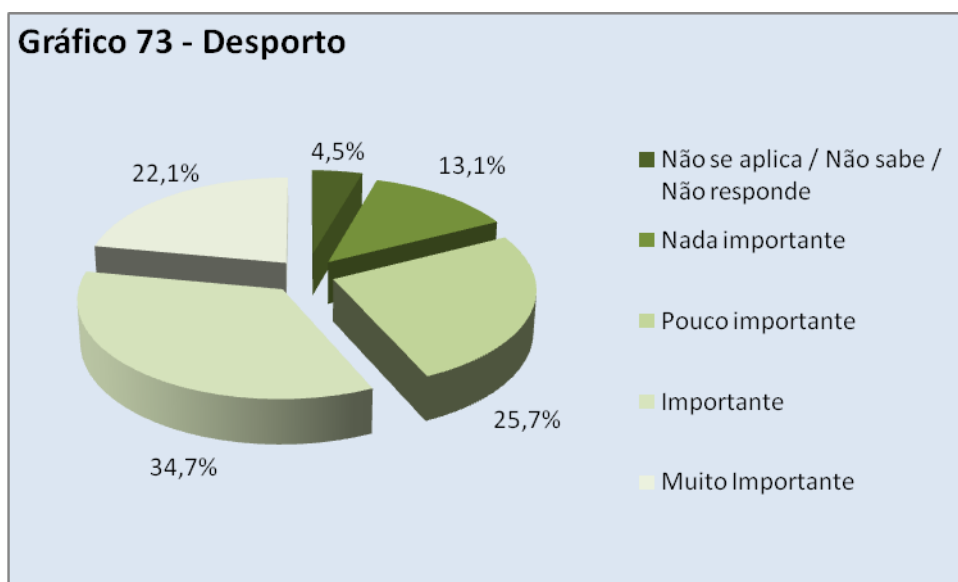


Podemos observar, no Gráfico 68.3, a tendência para a diminuição do peso que a gastronomia tem na escolha do destino com o aumento do nível de escolaridade. Temos assim que é entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário que se atribui maior importância à gastronomia local com 39,4% dos inquiridos a considerar este factor muito importante. É ainda entre os sujeitos com mestrado ou doutoramento que temos a proporção mais elevada de sujeitos que consideram este factor nada importante (7,7%).

Gráfico 72.4 - Gastronomia/Situação Profissional

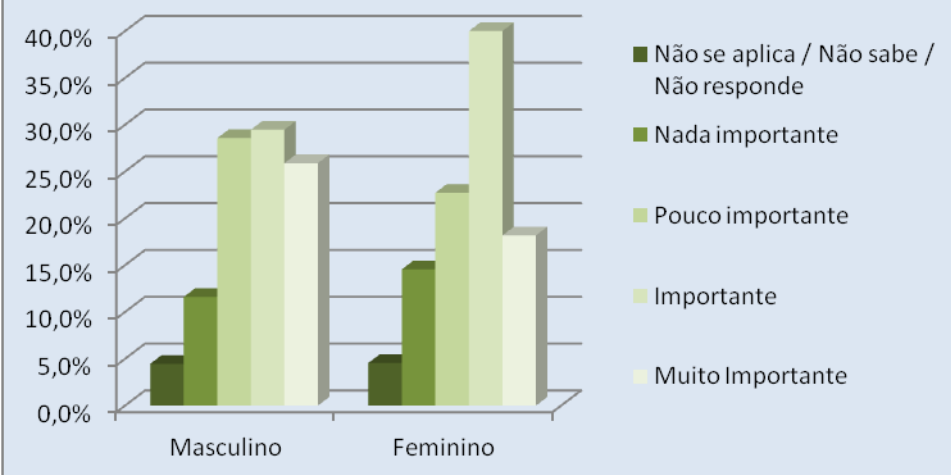


Pelo Gráfico 72.4, conseguimos verificar que são os indivíduos que não se encontram em actividade profissional ou académica, os que mais consideram a gastronomia local quando seleccionam um destino de viagem. Ainda assim, mesmo dada a baixa representatividade na amostra global, é entre os indivíduos em situação de desemprego que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que não consideram este factor quando escolhem um destino de viagem. Entre os indivíduos em actividade profissional e os estudantes verificamos que são os primeiros quem atribui maior importância à condição em estudo com 38,1% dos inquiridos a considerar o factor muito importante.



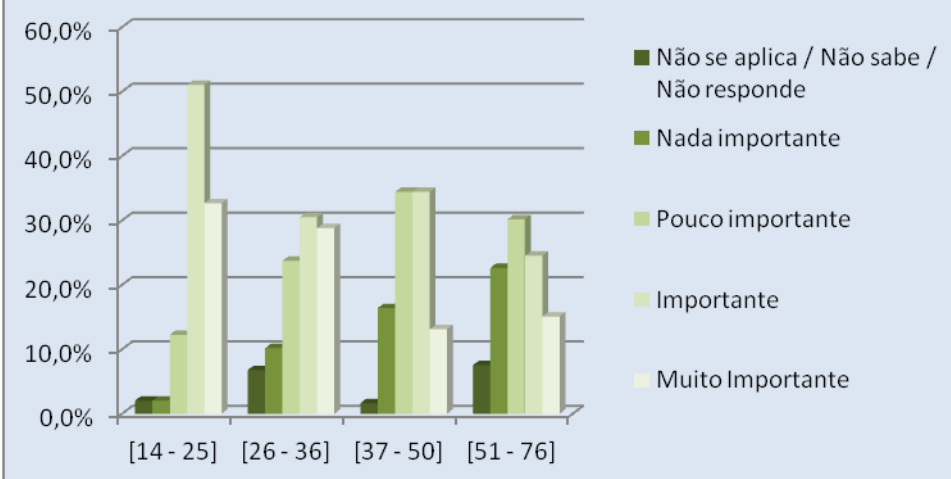
A possibilidade de prática de desporto é apenas considerada como muito importante por 22,1% da amostra no momento da selecção do destino de viagem. Ainda assim, verificamos que mais de metade da amostra considera este factor importante ou muito importante, sendo que apenas 25,7% dos inquiridos considera pouco importante, e 13,1% considera nada importante.

Gráfico 73.1 - Desporto/Género



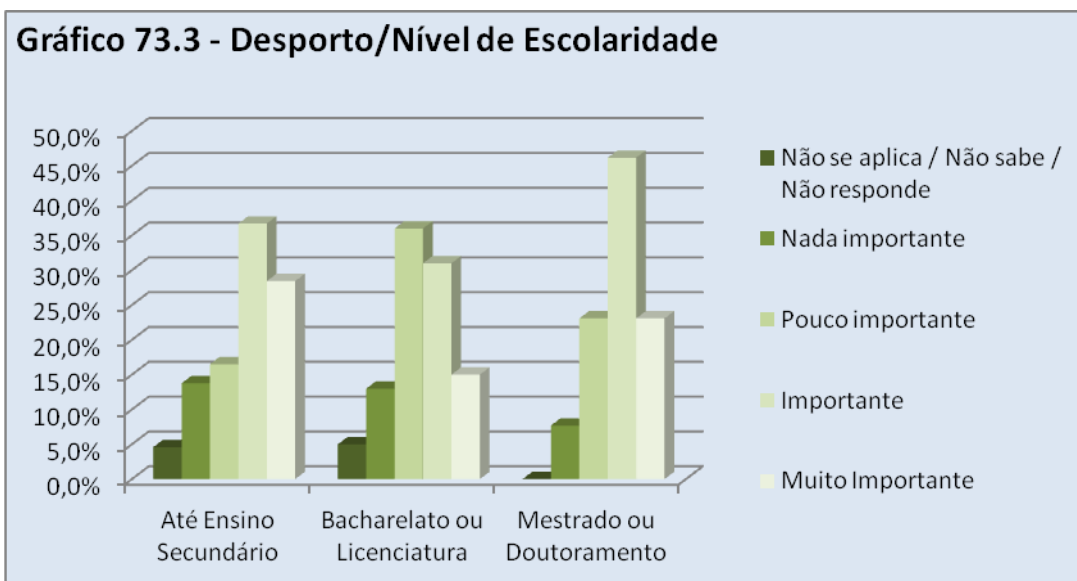
Relativamente á possibilidade de praticar desporto no destino escolhido, são os indivíduos do sexo masculino os que mais relevam este factor, com 25,9% dos inquiridos a considerar muito importante. Podemos ainda observar que 40% das Mulheres consideram importante praticar desporto na Natureza, mas é entre estas que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram esta condição nada importante.

Gráfico 73.2 - Desporto/Escalão Etário



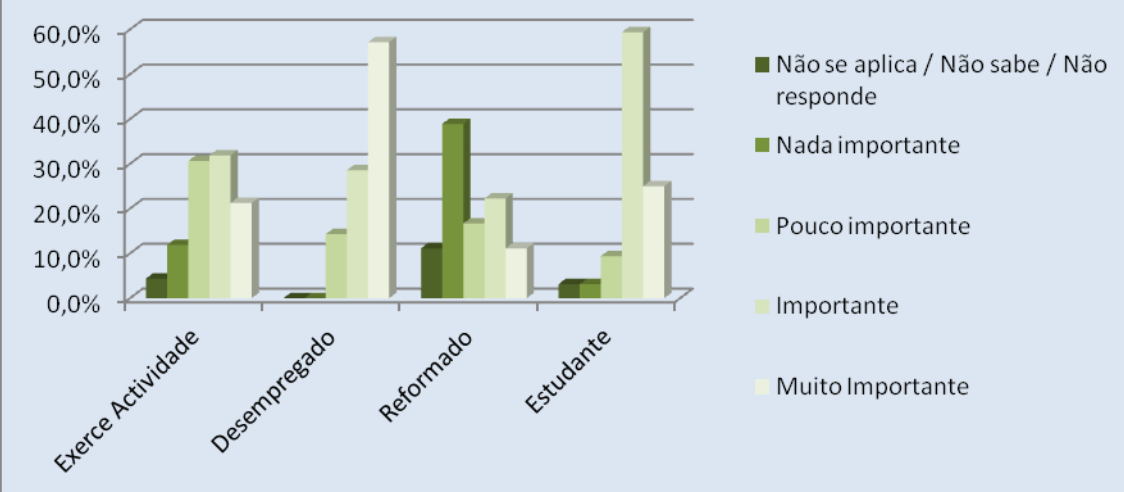
Ao analisarmos o Gráfico 73.2, identificamos imediatamente a tendência para o decréscimo da importância que o desporto tem na escolha do destino com o aumento da idade até ao terceiro escalão. Verificamos ainda um aumento gradual da proporção de indivíduos que considera este factor nada

importante, à medida que os escalões etários avançam. Assim sendo concluímos que é entre os mais jovens que mais se privilegia a prática de desporto na Natureza na selecção do destino de viagem com 32,7% dos indivíduos do primeiro escalão a considerarem este factor muito importante. É no quarto escalão que mais se desconsidera este factor com 22,6% da amostra a considerar a prática de desporto nada importante.



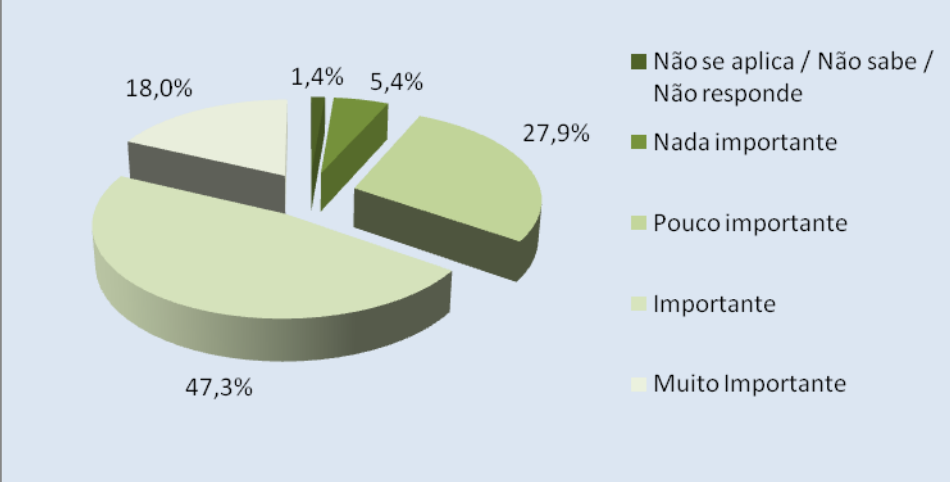
É entre os indivíduos com nível de escolaridade completo até ao ensino superior que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram a prática de desporto no destino de viagem muito importante e nada importante, representando 28,4% e 13,8% do grupo, respectivamente. Podemos ainda observar que é entre os indivíduos licenciados que encontramos a proporção mais significativa de sujeitos que consideram a condição em análise pouco importante (36%). No grupo de indivíduos com mestrado ou doutoramento temos que 46,2% dos inquiridos consideram a prática de desporto importante.

Gráfico 73.4 - Desporto/Situação Profissional

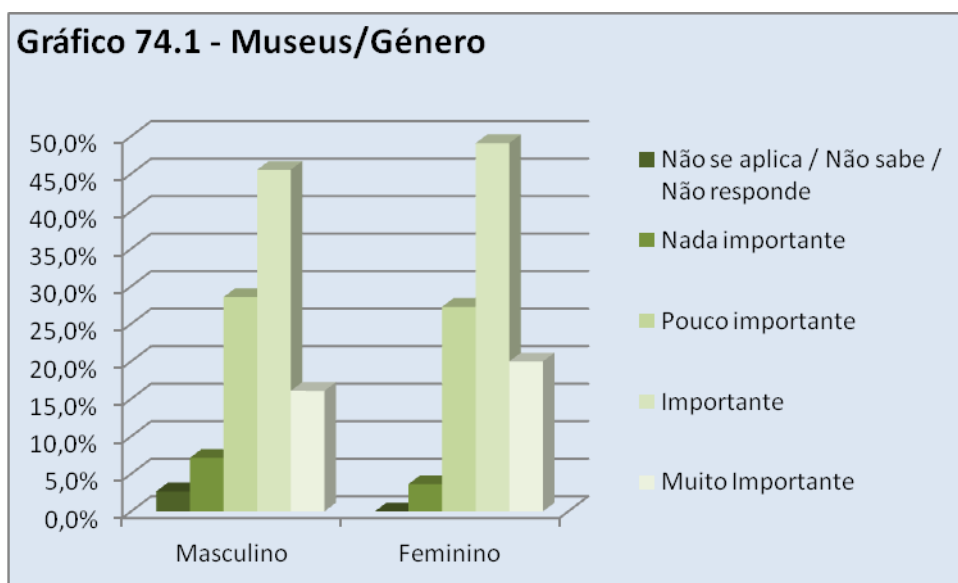


São previsivelmente, os indivíduos em situação de reforma, aqueles que mais desconsideram a prática de desporto no destino escolhido com 38,9% do grupo a considerar este factor nada importante, e 11,1% a afirmarem não considerarem a prática de desporto no momento de escolher o destino. Observamos ainda que, entre os indivíduos estudantes, 59,4% considera a prática de desporto importante, enquanto 25% atribui a classificação máxima à condição em análise. Dos indivíduos em actividade profissional temos que apenas 21,3% consideram a prática de desporto muito importante na escolha do destino, enquanto 31,9% diz ser importante, 30,6% diz ser pouco importante, e 11,9% considera que este factor não é importante na escolha do destino.

Gráfico 74 - Museus

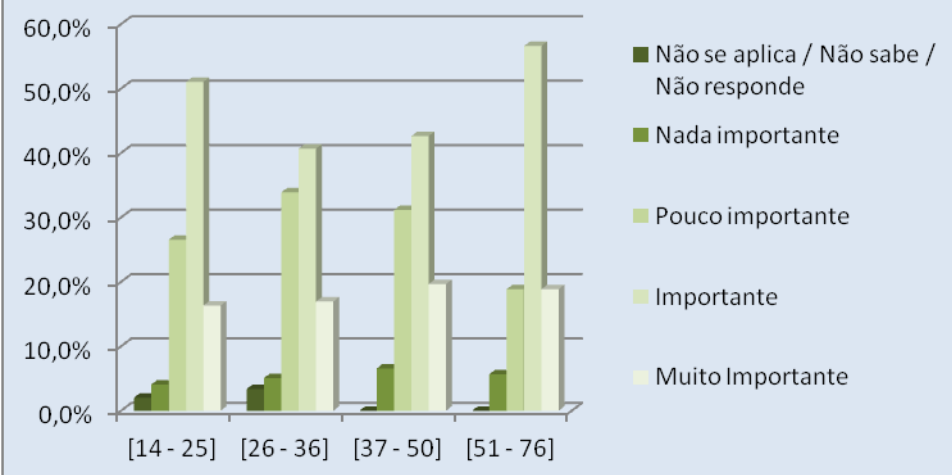


Relativamente à existência de museus no destino de selecção, verificamos que apenas 18% dos inquiridos consideram um factor muito importante na escolha do local de viagem, enquanto 47,3% da amostra considera um factor importante, 27,9% diz ser pouco importante, 5,4% considera não ser importante de todo, e 1,4% afirma não tomar em consideração a existência de museus no momento de seleccionar um destino de Natureza.



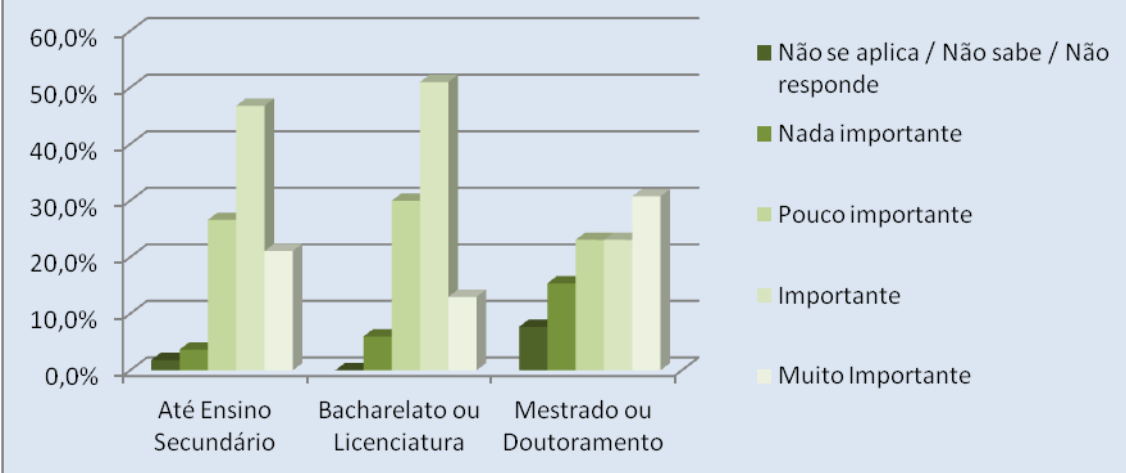
Como podemos observar pelo Gráfico 74.1, é entre os indivíduos do sexo feminino que mais se releva a existência de museus na proximidade do destino de escolha com 20% dos inquiridos a considerarem o factor muito importante. Embora não se verifiquem diferenças significativas entre os géneros verificamos que são os indivíduos do sexo masculino os que mais desconsideram este factor com 7,1% dos inquiridos a considera-lo nada importante.

Gráfico 74.2 - Museus/Escalão Etário



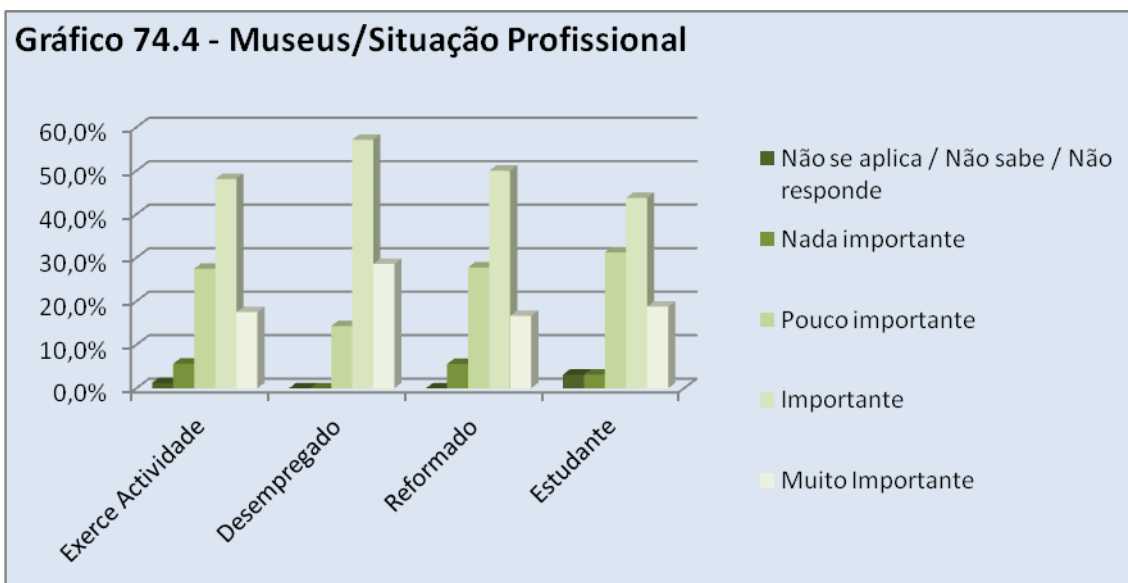
Analisando a condição proposta por escalão etário verificamos que são os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 76 anos de idade quem maior importância atribui à existência de museus no local para onde escolhem viajar. Podemos observar ainda que é nos três primeiros escalões que encontramos as percentagens mais elevadas dos que consideram este factor pouco importante. Temos ainda que metade da amostra do primeiro e do quarto escalão consideram o factor em análise importante.

Gráfico 74.3 - Museus/Nível de Escolaridade



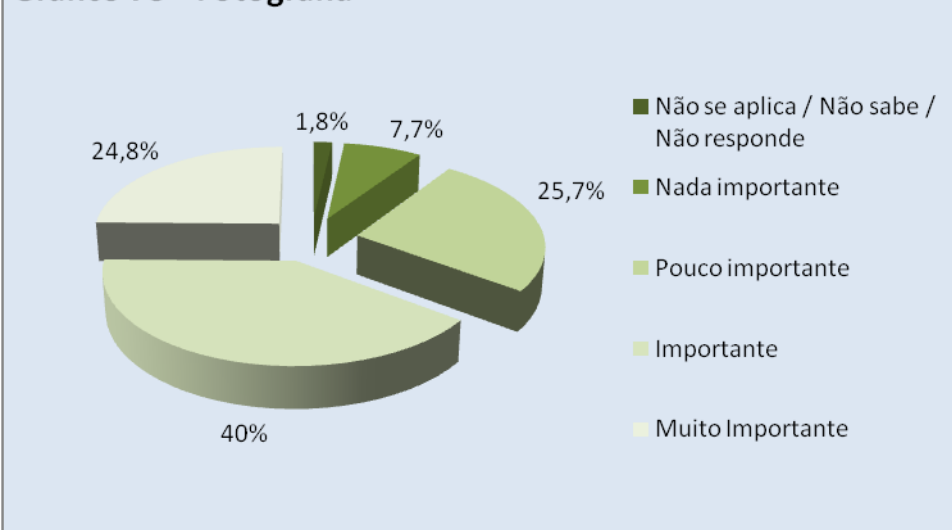
Embora indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário e indivíduos com bacharelato ou licenciatura apresentem uma distribuição relativamente idêntica, verificamos que são os primeiros quem mais considera a existência de museus no destino de selecção com mais de 20% da

amostra a considerar o factor muito importante. É no entanto entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento que este factor é mais relevado com este valor a fixar-se nos 30,8%. Vai ser ainda neste grupo que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram a condição em estudo nada importante (15,4%), e que afirmam não ter em conta este factor no momento de escolha (7,7%).



Como podemos observar pelo Gráfico 74.4, não se observam diferenças significativas ao nível da importância que estudantes, reformados, e indivíduos em actividade profissional, atribuem à existência de museus próximos do destino de escolha. Será apenas, entre os indivíduos em situação de desemprego que se verifica que a proporção de sujeitos que consideram este factor muito importante é superior à percentagem de indivíduos que consideram o factor pouco importante. De resto podemos verificar que é entre os indivíduos em actividade e os indivíduos em situação de reforma que encontramos as percentagens mais elevadas dos que consideram este factor nada importante.

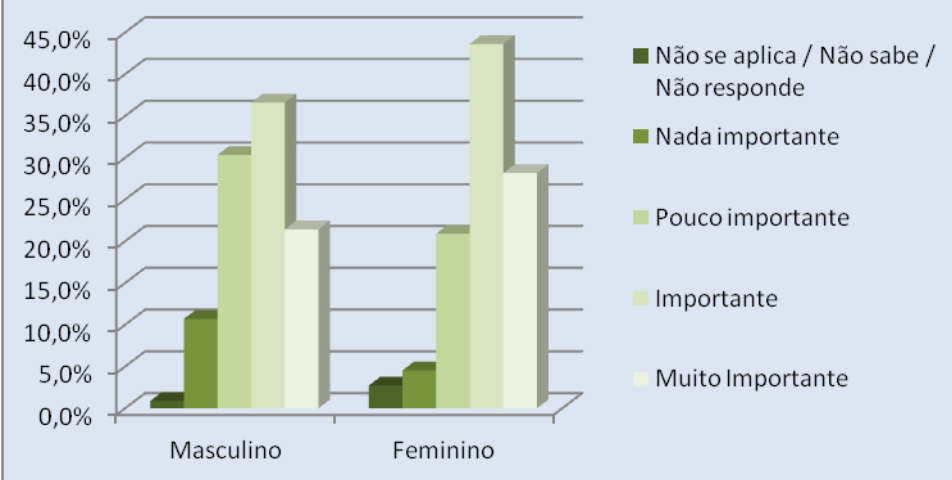
Gráfico 75 - Fotografia



A condição apresentada no Gráfico 75 aparece aqui como um complemento à viagem em si. Como é compreensível, é possível fotografar em praticamente todos os tipos de destinos de Natureza. A questão da fotografia como motivação para seleccionar um destino prende-se com o facto desta condição ser tomada em consideração no momento de seleccionar um destino de Natureza. Ou seja, o turista ao escolher um destino tem como um dos propósitos fotografa-lo?

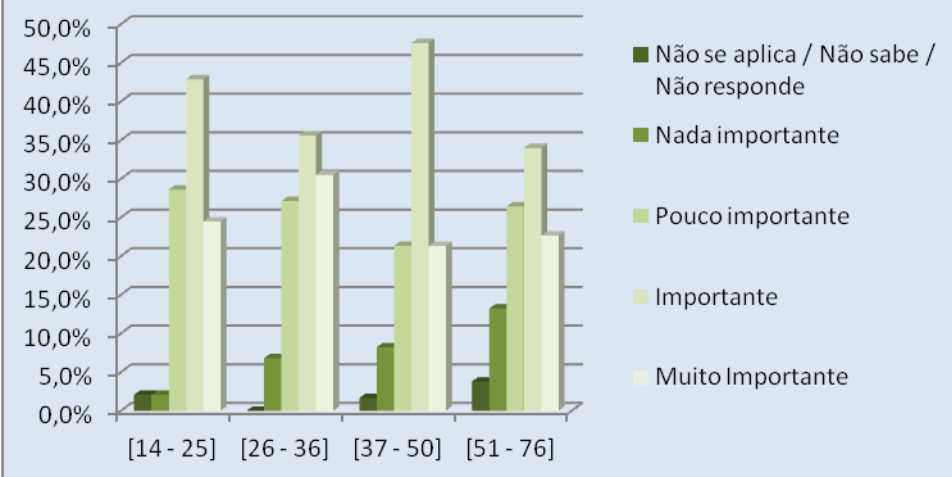
Como podemos observar, apenas 24,8% da amostra considera muito importante este factor, enquanto 40% lhe atribui o segundo grau de relevância. Temos ainda que 25,7% dos inquiridos consideram fotografar o destino pouco importante, 7,7% afirma não ser importante de todo, e 1,8% da amostra diz não considerar esta condição no momento de escolher o destino.

Gráfico 75.1 - Fotografia/Género



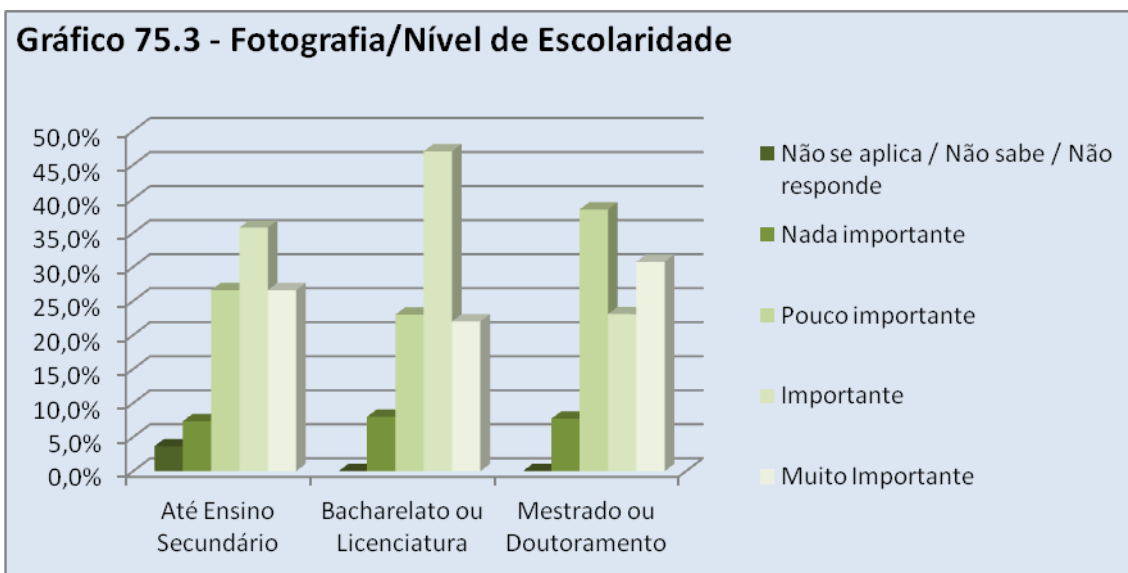
São as Mulheres quem mais considera a Fotografia quando escolhem um destino de viagem. Mais de 28% dos indivíduos do sexo feminino considera este factor muito importante, enquanto 43,6% lhe atribui o segundo nível de relevância. Entre os Homens estes valores quedam-se pelos 21,4% e pelos 36,6%, respectivamente. Temos ainda que entre os indivíduos do sexo masculino, 10,7% da amostra atribui o nível mais baixo de importância a este factor.

Gráfico 75.2 - Fotografia/Escalão Etário



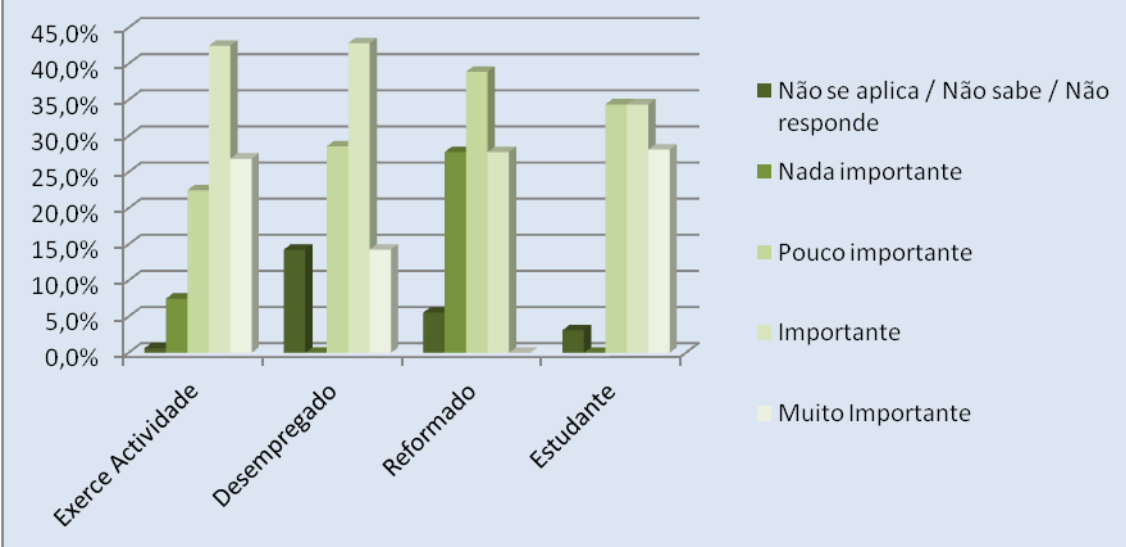
Analisando o Gráfico 75.2, referente à decomposição da condição em epígrafe, podemos observar imediatamente a tendência para o aumento da proporção de indivíduos que consideram o factor em estudo nada importante

com o aumento da idade. É ainda possível constatar que é no grupo de indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos de idade que se atribui maior importância à actividade fotográfica na escolha do destino de Viagem.



É entre os sujeitos com grau académico superior que esta actividade é mais popular na escolha do destino de Natureza com mais de 30% da amostra a considerar um factor muito importante. Ainda assim vai ser neste grupo que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram o factor pouco importante (38,5%). Entre os indivíduos com bacharelato ou licenciatura temos que 47% da amostra considera a actividade importante, enquanto 8% diz não ser importante de todo. Podemos ainda observar que todos os indivíduos que não consideram este factor no momento de escolher o destino de viagem possuem um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário.

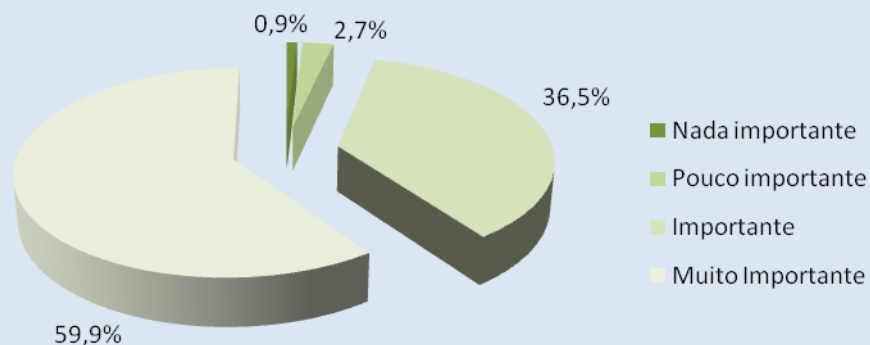
Gráfico 75.4 - Fotografia/Situação Profissional



Decompondo o mesmo factor pela situação profissional da amostra, observamos que é entre os indivíduos em situação de desemprego e em situação de reforma que mais se desconsidera, com 14,3% dos inquiridos em desemprego a afirmarem não considerar este factor, e 27,8% dos reformados a considerarem o factor nada importante. É ainda entre os reformados que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram esta actividade pouco importante (38,9%). É entre os estudantes que mais se considera a fotografia com 28,1% dos inquiridos a considerar o factor muito importante.

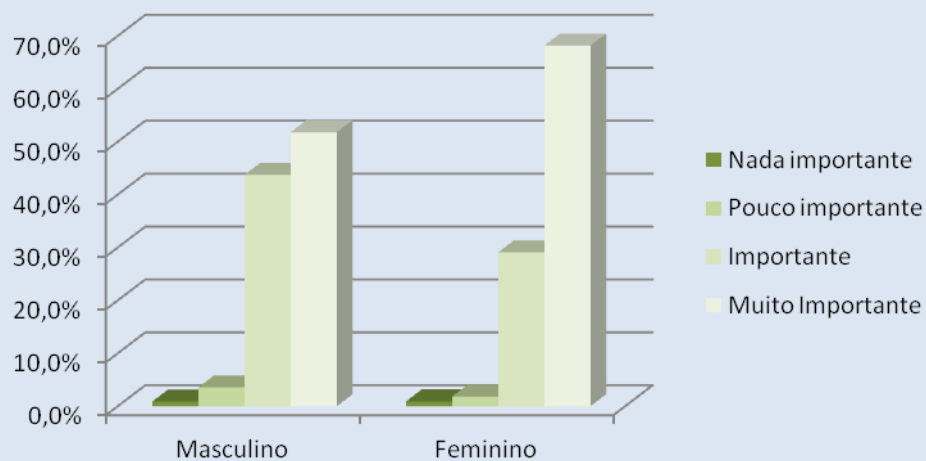
No entanto, podemos observar que também os indivíduos em actividade profissional consideram bastante este factor com 26,9% dos inquiridos a considerarem o factor muito importante, e 42,5% a atribuírem a segunda classificação mais elevada a este factor.

Gráfico 76 - Paisagem



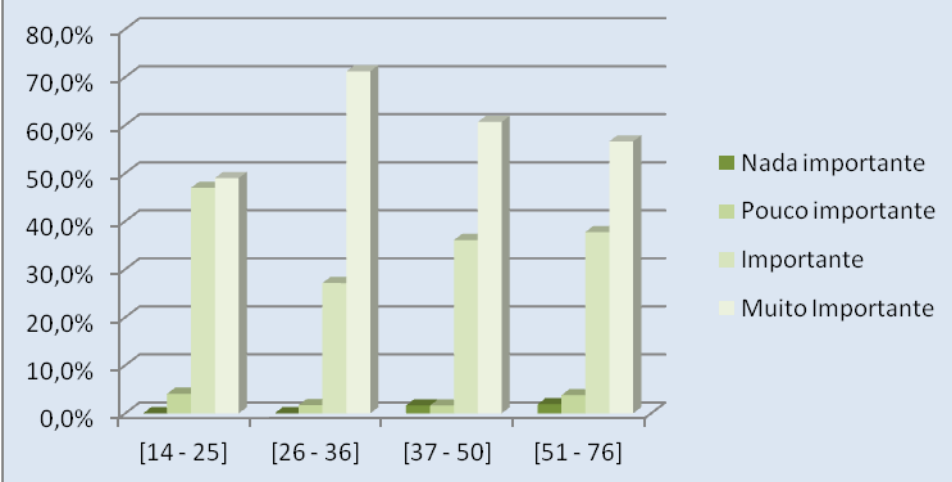
A paisagem é considerada por 59,9% dos indivíduos muito importante aquando da escolha do destino de viagem. Temos depois que 36,5% dos inquiridos considera este factor importante enquanto apenas 3,6% da amostra considera a paisagem pouco ou nada importante.

Gráfico 76.1 - Paisagem/Género



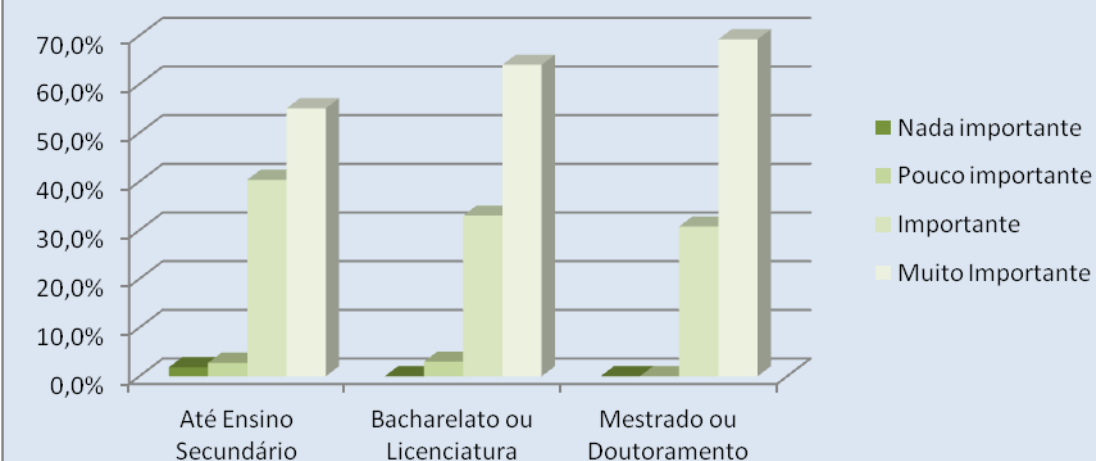
Como podemos observar no Gráfico 76.1, são as Mulheres quem maior importância atribui à paisagem do destino de selecção, com 68,2% da amostra do sexo feminino a considerar um factor muito importante. Entre os Homens esta percentagem queda-se pelos 51,8%, sendo que mais de 40% destes considera o facto importante.

Gráfico 76.2 - Paisagem/Escalão Etário



É no segundo escalão que mais se considera a paisagem no aquando da determinação do destino de viagem com mais de 70% do grupo a considerar um factor muito importante. Podemos ainda observar que é entre os mais jovens que valor atinge o seu ponto mais baixo, subindo consideravelmente no segundo escalão, voltando a baixar para o terceiro, e novamente para o quarto escalão.

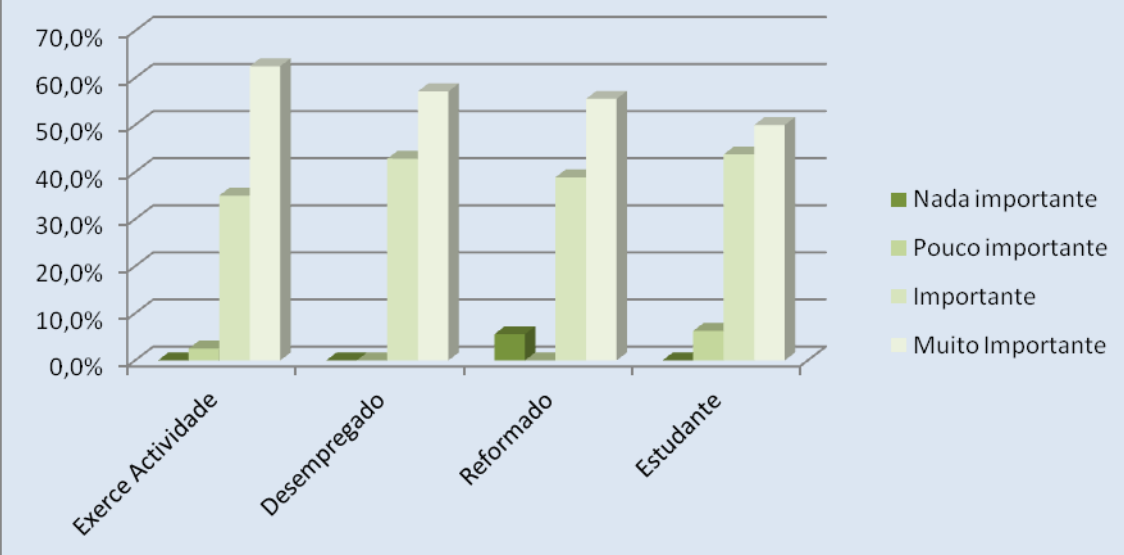
Gráfico 76.3 - Paisagem/Nível de Escolaridade



Observamos, através da análise do Gráfico 76.3, que com o aumento do nível de instrução da amostra, tende a aumentar a importância que a paisagem tem na escolha do destino de viagem. Podemos ainda constatar que é entre os

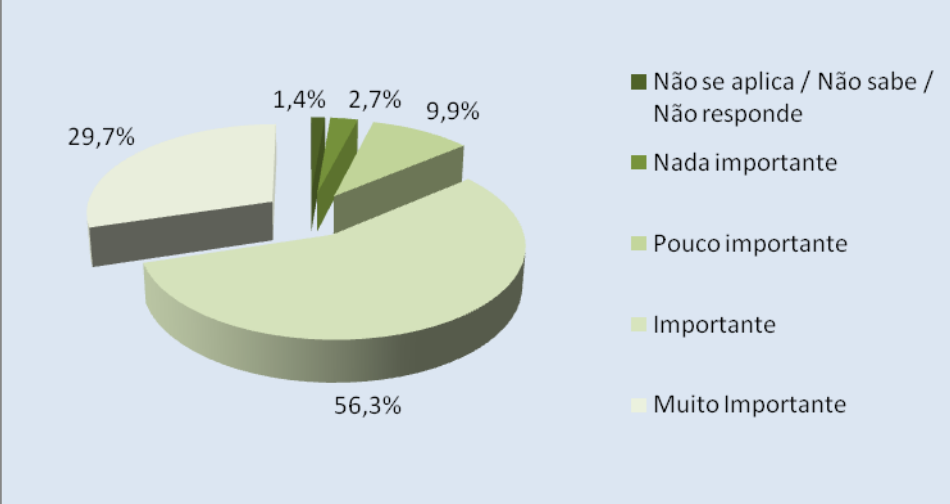
sujeitos com mestrado ou doutoramento que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram este factor muito importante (69,2%).

Gráfico 76.4 - Paisagem/Situação Profissional

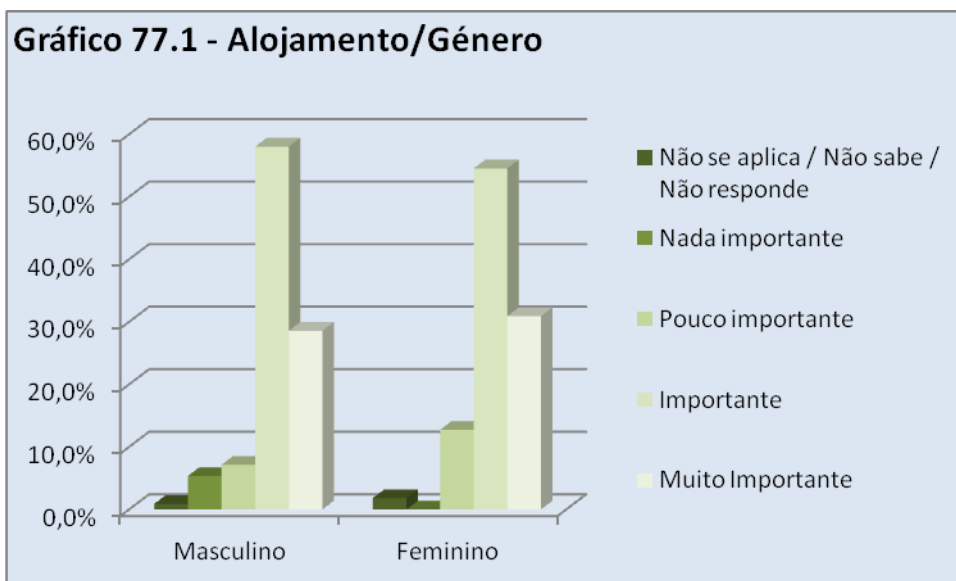


É entre os indivíduos em actividade profissional que mais importância se atribui à paisagem na escolha do destino com 62,5% do grupo a considerar o factor muito importante. É entre os estudantes que esta classificação encontra o seu ponto mais baixo, com apenas 50% da amostra do grupo atribuir classificação máxima à condição em estudo. Observamos ainda que todos os indivíduos que consideram a paisagem nada importante se encontram em situação de reforma.

Gráfico 77 - Alojamento

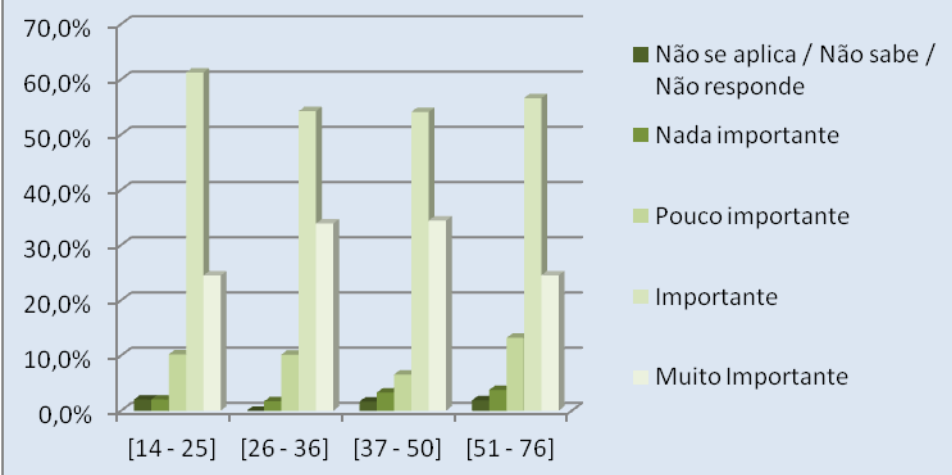


O alojamento é considerado por 29,7% da amostra muito importante no momento de escolher o destino de viagem. Podemos ainda constatar que mais de metade da amostra considera este factor importante, enquanto 9,9% diz ser pouco importante, 2,7% considera não ser importante, e 1,4% afirma não considerar o factor no momento de viajar à natureza.



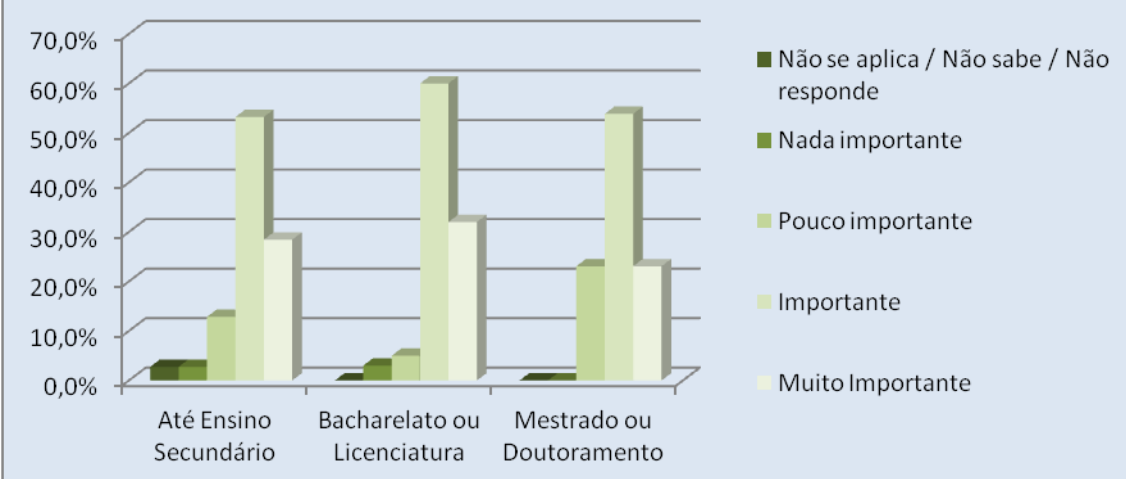
São as Mulheres quem maior importância atribui ao alojamento no momento de seleccionar o destino de viagem. Temos assim que 30,9% das Mulheres considera este factor muito importante, contra apenas 28,6%. Podemos ainda observar que é entre os Homens que temos a proporção mais elevada de inquiridos a considerar este factor nada importante (5,4%).

Gráfico 77.2 - Alojamento/Escalão Etário



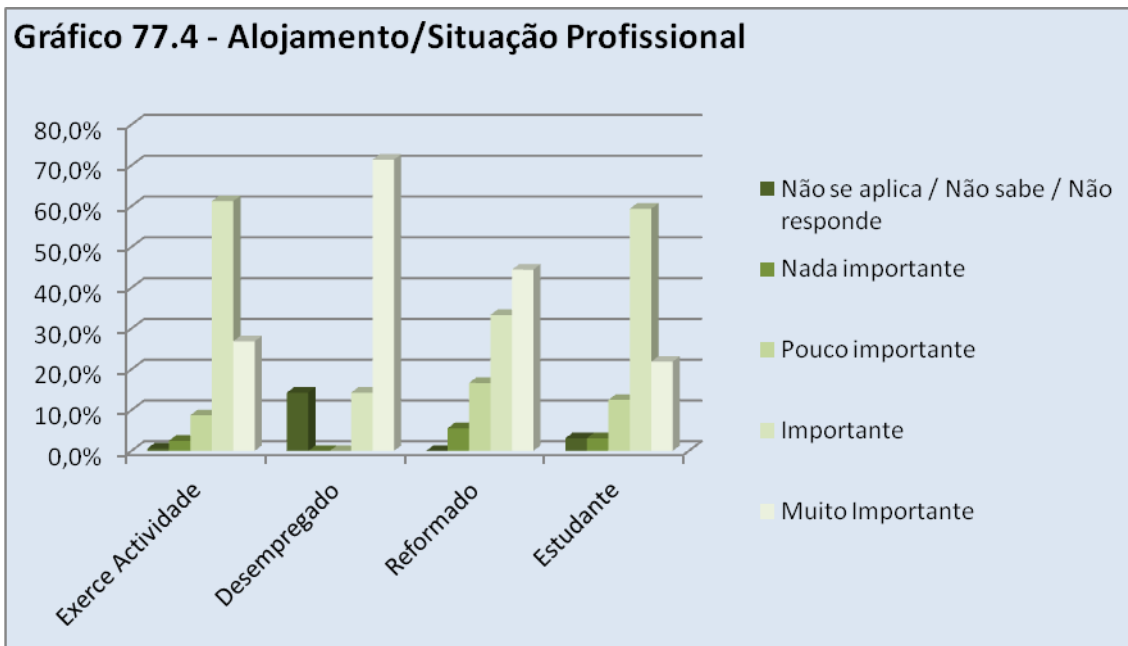
Analisando o mesmo factor por escalão etário, podemos observar que é nos dois escalões intermédios que se releva mais a questão dos alojamentos aquando da escolha do destino de viagem, sendo que vai ser entre no primeiro e no quarto escalão que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram este factor importante. Pode-se ainda constatar que é entre os indivíduos do terceiro e quarto escalões que encontramos as proporções mais elevadas de indivíduos que consideram o alojamento nada importante (3,3% e 3,8%, respectivamente).

Gráfico 77.3 - Alojamento/Nível de Escolaridade



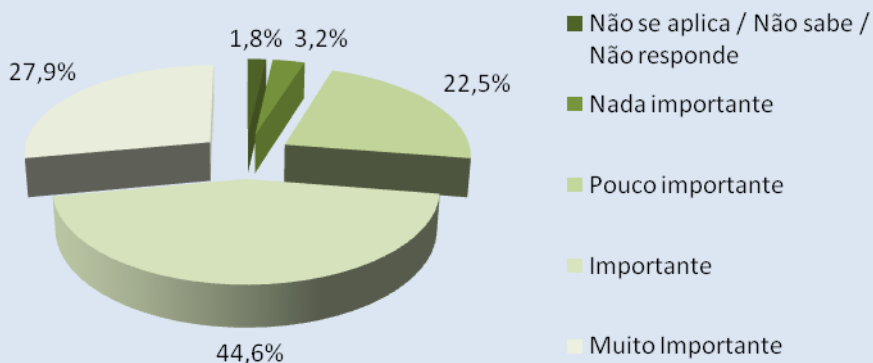
Decompondo ao estudo da importância dos alojamentos na escolha do destino de viagem por nível de escolaridade da amostra verificamos que é entre os indivíduos licenciados que mais se consideram os alojamentos no

destino no momento da escolha, embora não sejam observáveis diferenças significativas entre este grupo e os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário. Vai ser entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento que encontramos a percentagem mais elevada dos que consideram este factor pouco importante (23,1%).



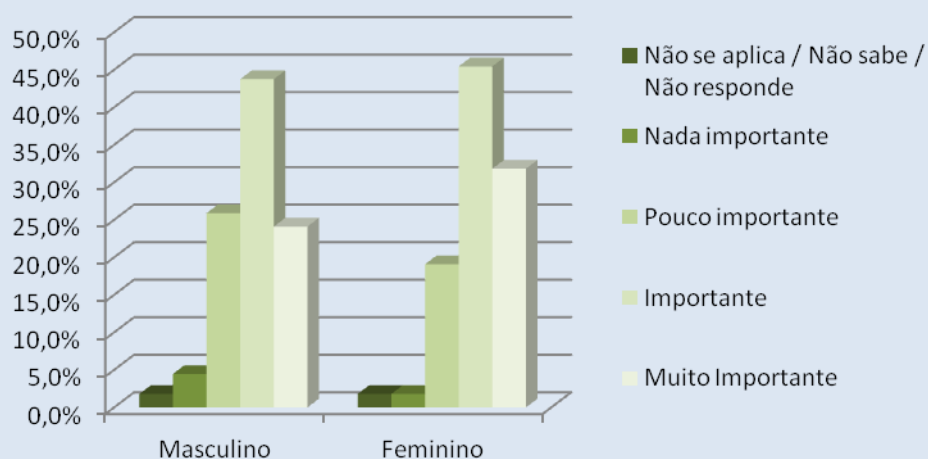
Mantendo presente a muito baixa representatividade na amostra global, é entre os indivíduos desempregados que encontramos a percentagem mais elevada dos que consideram os alojamentos muito importantes (71,4%). A par deste grupo, só entre os reformados podemos observar a existência de uma clara maioria a considerar este factor muito importante, sendo que entre estudantes e a porção da amostra inserida no mercado de trabalho, a maioria considera este factor importante (59,4% e 61,3%, respectivamente).

Gráfico 78 - Acessos



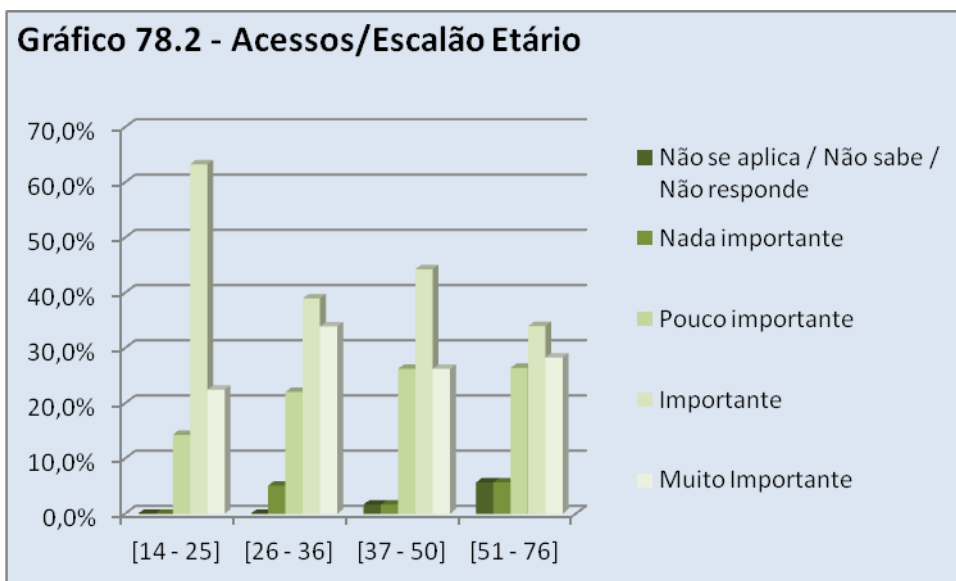
Os acessos ao destino de escolha são considerados por 27,9% da amostra como um factor muito importante na selecção do destino de viagem. Temos depois que 44,6% da amostra considera este um factor importante, 22,5% diz ser pouco importante, 3,2% considera não ser de todo importante, e apenas 1,3% afirma não tomar em consideração esta condição no momento de escolher o destino de viagem à Natureza.

Gráfico 78.1 - Acessos/Género



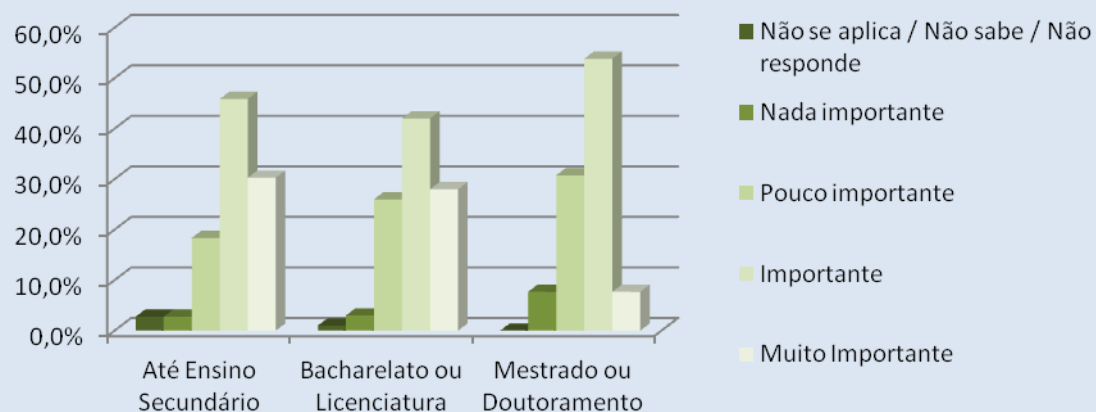
São as mulheres quem mais se preocupa com os acessos ao destino de escolha com 31,8% destas a considerarem um factor muito importante, sendo que entre os indivíduos do sexo masculino este valor baixa para os 24,1%.

Constatamos ainda que é entre os homens que mais se desconsidera este factor com 4,5% do grupo a atribuir o nível de importância mínimo.



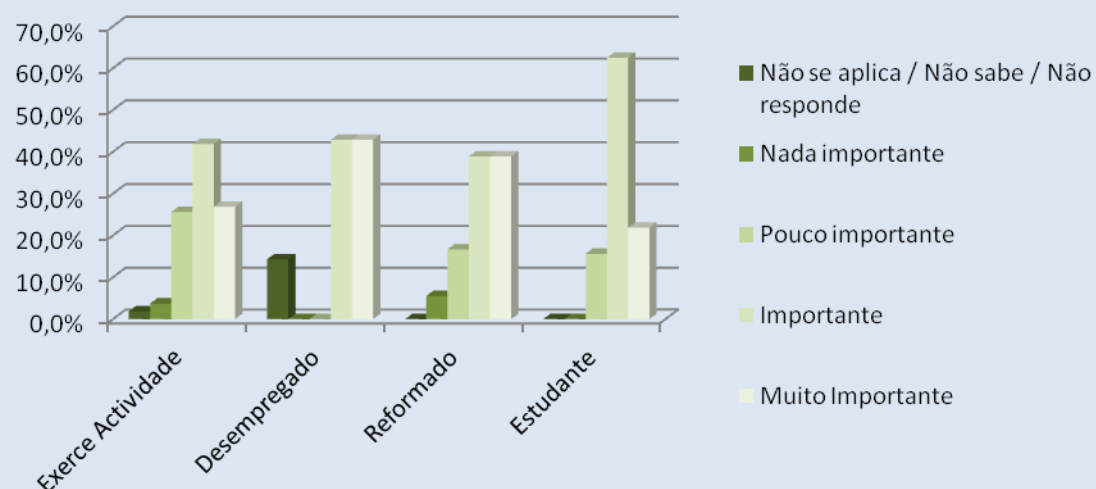
Na análise por escalão etário, verificamos que são os indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos de idade que mais consideram os acessos no momento da escolha do destino de viagem, com 33,9% dos inquiridos a considerar um factor muito importante. É ainda possível observar uma tendência para o aumento da proporção de indivíduos que consideram este factor pouco importante, à medida que a idade da amostra avança. Podemos ainda constatar que é no escalão referente aos sujeitos com idades mais avançadas que encontramos as proporções mais elevadas de indivíduos que consideram este factor nada importante, e que não o tomam em consideração na escolha do destino.

Gráfico 78.3 - Acessos/Nível de Escolaridade

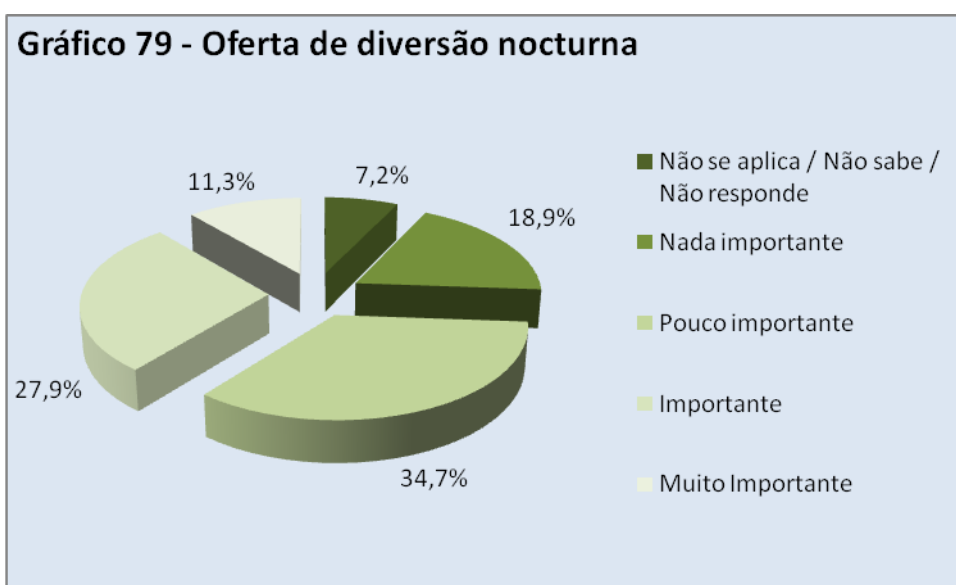


Analisando o Gráfico 78.3, podemos identificar uma tendência para a diminuição da importância atribuída pela amostra ao factor em estudo com o aumento do nível de escolaridade desta. É ainda observável que, à medida que as qualificações académicas aumentam, aumenta também a proporção de indivíduos que consideram este factor pouco e nada importante na escolha de um destino de viagem. Podemos assim concluir que é entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino superior que mais se considera este factor, sendo que vai ser entre os sujeitos com mestrado ou doutoramento que mais se desconsidera com 7,7% dos inquiridos a considerarem-no nada importante.

Gráfico 78.4 - Acessos/Situação Profissional

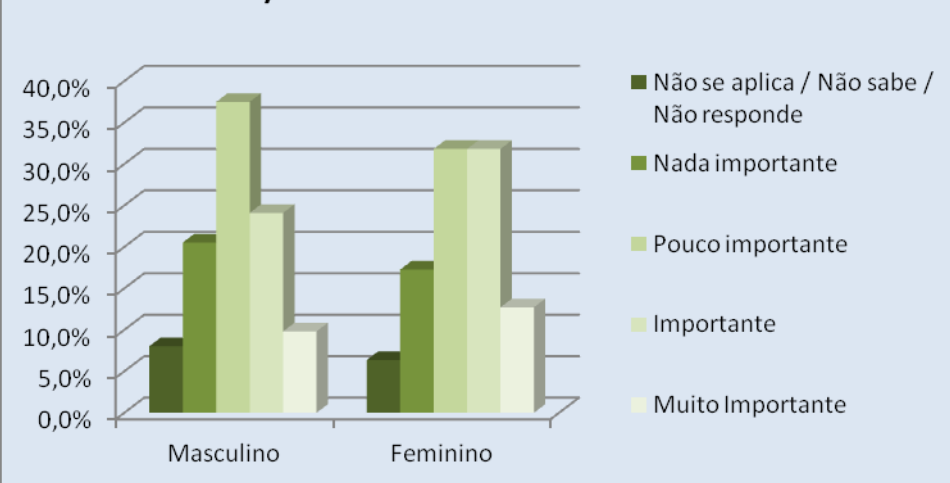


Neste contexto, são mais uma vez os indivíduos que não se encontram em actividade laboral ou académica quem mais considera a condição em estudo na escolha do destino de Natureza. Ainda assim, vai ser entre os sujeitos em situação de reforma que vamos encontrar a proporção mais elevada de indivíduos a atribuir o nível mais baixo de importância aos acessos ao local de escolha. É entre os sujeitos em actividade de profissional que encontramos a maior proporção dos que consideram este factor pouco importante, representando 25,6% do grupo, sendo que, entre os estudantes mais de 60% da amostra considera esta condição importante.



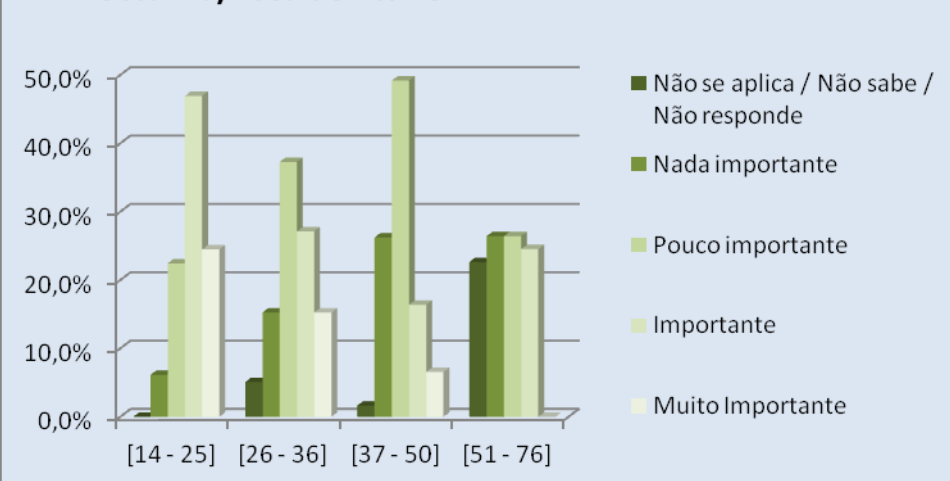
A oferta de diversão nocturna aparece neste contexto como um factor muito pouco relevante na escolha do destino da amostra que visita a Barragem do Alqueva. Apenas 11,3% dos inquiridos consideram este factor muito importante, e 27,9% atribui o segundo nível de relevância. Temos depois que mais de um terço da amostra classificam este factor pouco importante, enquanto 18,9% afirma não ser importante de todo, e 7,2% diz não tomar a oferta de diversão nocturna em consideração na escolha do destino de viagem.

Gráfico 79.1 - Oferta de diversão nocturna/Género



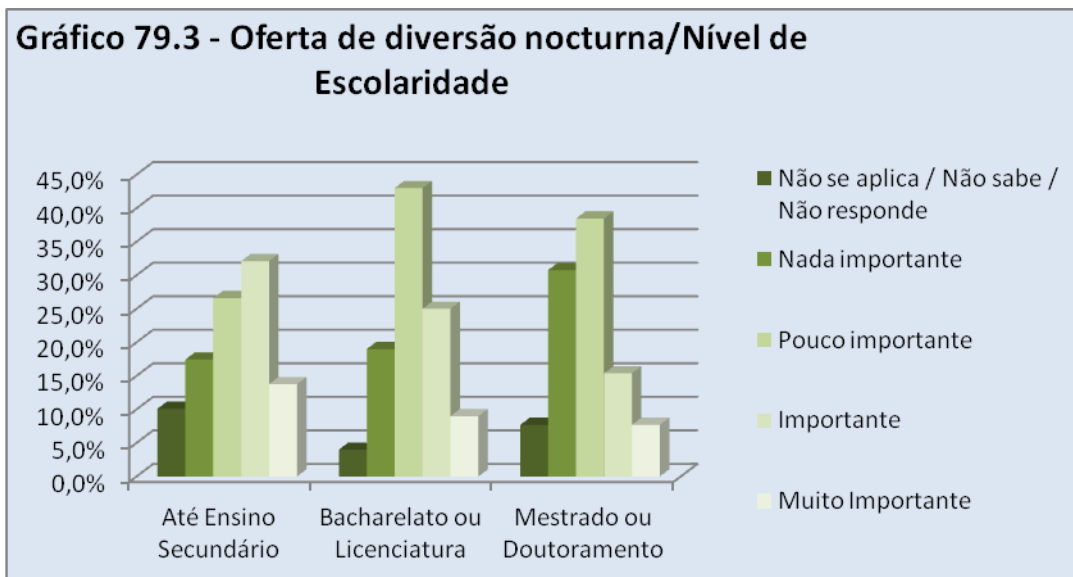
São os homens quem menos considera a oferta de diversão nocturna na escolha do destino de viagem, com 37,5% dos inquiridos a considerar o factor pouco importante, e 20,5% a atribuir importância mínima, sendo que 8% do grupo afirma não tomar em consideração este factor na escolha da viagem. As mulheres são quem mais importância atribui, com 31,8% a considerar importante, e 12,7% a considerar este factor muito importante.

Gráfico 79.2 - Oferta de diversão nocturna/Escalão Etário



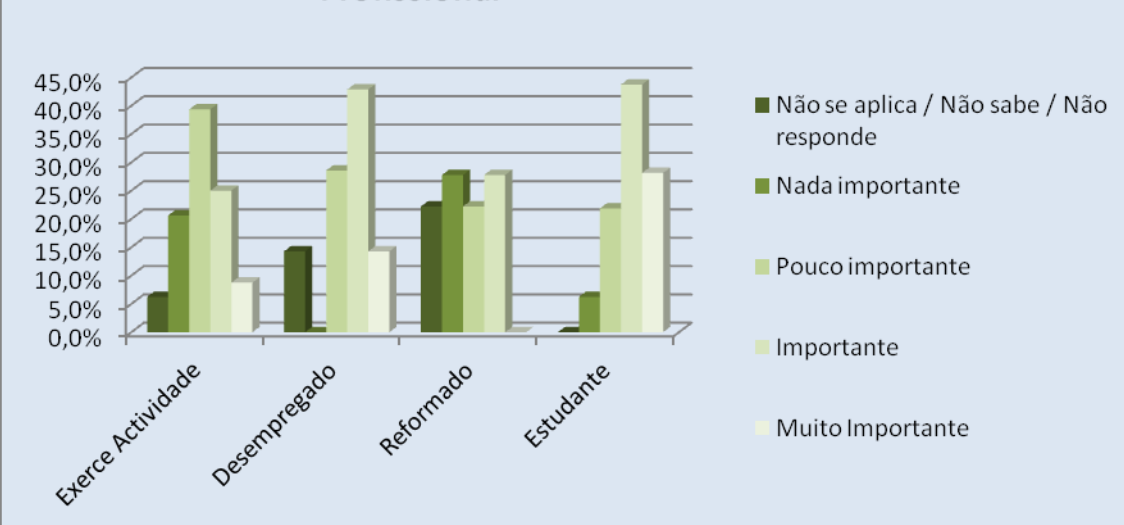
É previsivelmente entre os mais jovens que mais importância se atribui à condição em análise, com 46,9% dos inquiridos a considerarem um factor importante, e 24,5% a considerar muito importante. Podemos ainda observar a tendência para a diminuição na proporção de indivíduos que consideram este factor muito importante com o aumento da idade, acompanhado pelo aumento

da percentagem de indivíduos que dizem ser um factor nada importante. É no quarto escalão que menos se considera a oferta de diversão nocturna com 26,5% da amostra a atribuir importância mínima à condição.



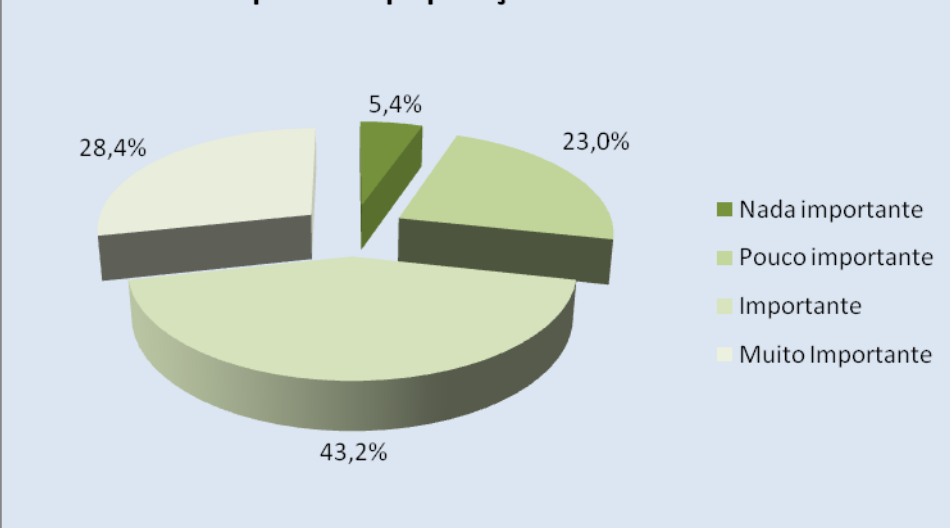
Podemos identificar no Gráfico 79.3 a mesma tendência observada no Gráfico 79.2, substituindo a idade pelas habilitações académicas. Temos assim que é entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário que mais se pondera a oferta de diversão nocturna na escolha do destino de viagem, com 13,8% da amostra a considerar um factor muito importante. Este valor vai cair para os 9% entre licenciados, e para os 7,7% entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento. Tendência inversa regista a proporção de indivíduos que atribuem importância mínima a este factor.

Gráfico 79.4 - Oferta de diversão nocturna/Situação Profissional

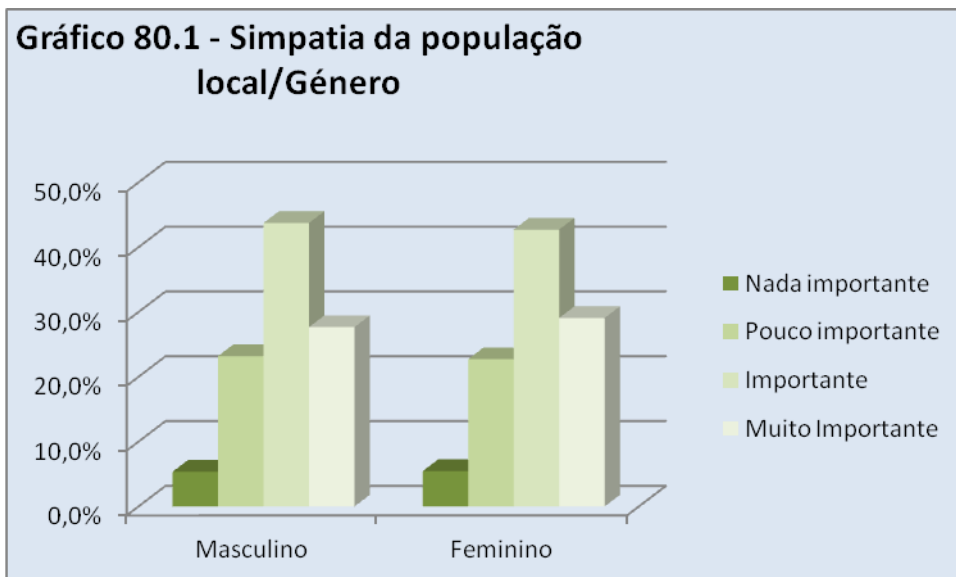


Como seria previsível, é entre os indivíduos em situação de reforma que menos se considera este factor, com 27,8% dos inquiridos a considera-lo pouco importante, e 22,2% a afirmar não tomar em consideração aquando da escolha do destino. É entre os estudantes que a oferta de diversão nocturna ganha peso com 43,8% da amostra a classificar como um factor importante, e 28,1% a atribuir importância máxima. Vai ser entre os indivíduos em actividade profissional que encontramos a percentagem mais elevada que considera o factor pouco importante (39,4%), representando a maioria da amostra, seguida pela fracção que considera importante (25%), e pelos que não consideram importante de todo (20,6%).

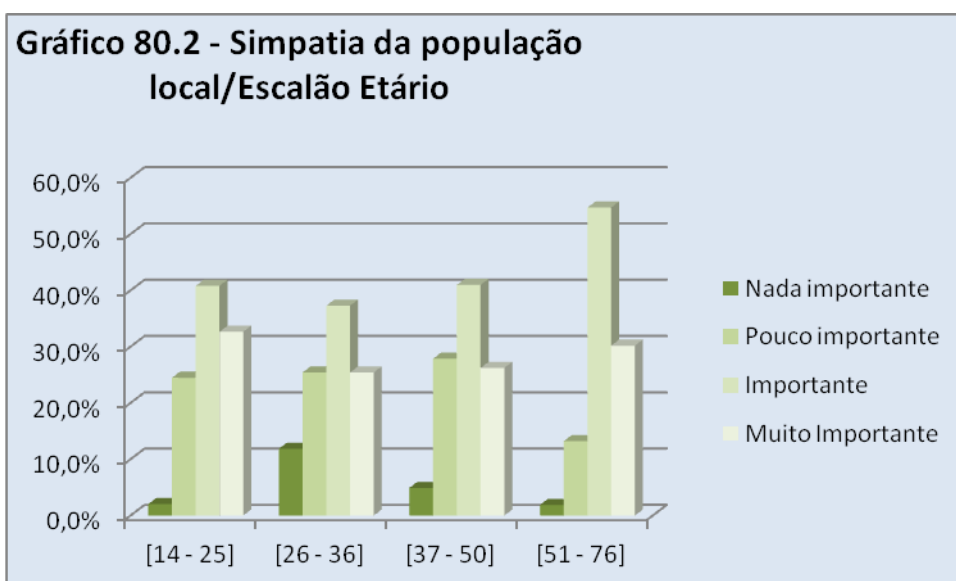
Gráfico 80 - Simpatia da população local



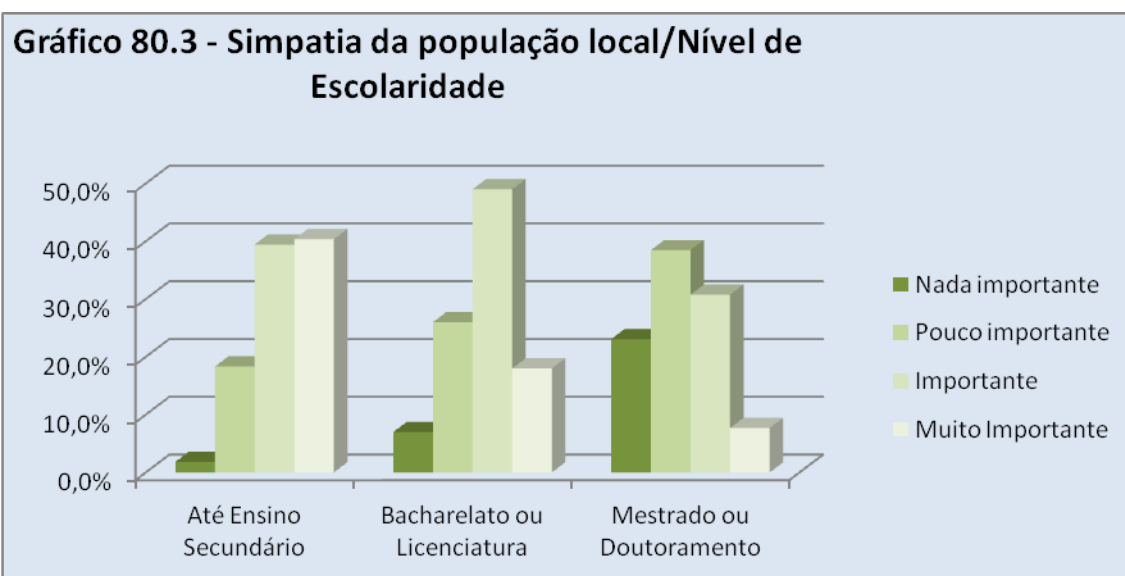
Temos presente no Gráfico 80 a análise da importância atribuída à simpatia da população local na escolha do destino de viagem. Podemos assim constatar que 28,6% dos inquiridos considera este factor muito importante, enquanto 43,2% diz ser importante, 23% considera pouco importante, e 5,4% considera não ser importante na escolha da viagem a uma zona natural.



É entre as mulheres que mais se considera a simpatia da população local na escolha do destino de Natureza com 29,1% da amostra a considerar um factor muito importante. No entanto as diferenças entre géneros não significativas.

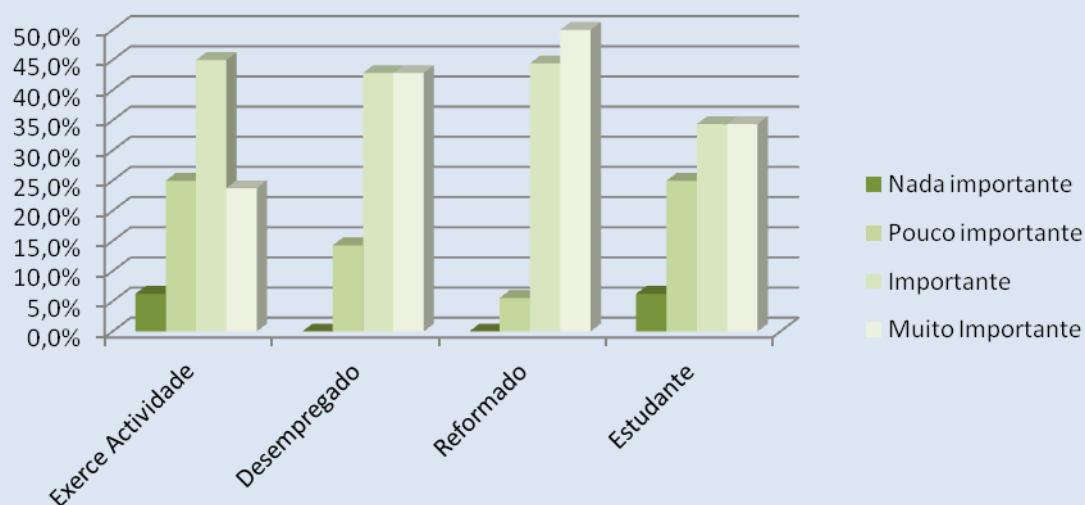


Podemos constatar, através da análise do Gráfico 80.2 que é no primeiro e no quarto escalão que mais importância se atribui à simpática da população local na escolha do destino de viagem, com 32,7% e 30,2% dos inquiridos a considerarem um factor muito importante, respectivamente. Vai ser ainda no escalão referente aos indivíduos com idades compreendidas entre os 51 e os 76 anos de idade que vamos encontrar a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram este factor importante (54,7%). Podemos ainda observar que é no segundo escalão que menos se considera a condição em estudo com apenas 25,4% dos inquiridos a atribuírem classificação máxima, e 11,9% a dizer não ser importante de todo.



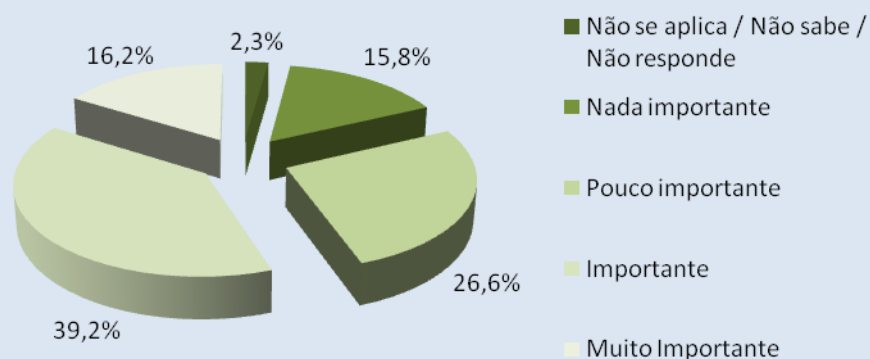
Analisando o Gráfico 80.3, referente à simpatia da população local por nível de escolaridade, podemos observar uma tendência para a diminuição da importância que a simpatia da população local tem na escolha do destino de viagem, com o aumento das qualificações académicas, sendo que esta diminuição é acompanhada pelo aumento da proporção de indivíduos que consideram este factor pouco e nada importante. Ainda assim é entre os licenciados que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram a simpatia da população local importante, representando 49% do grupo.

Gráfico 80.4 - Simpatia da população local/Situação Profissional

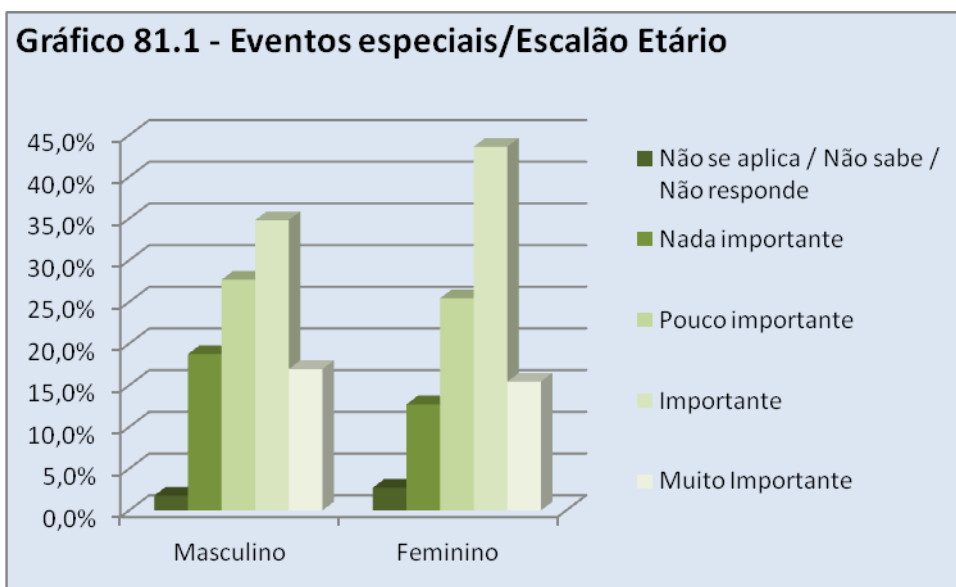


É entre os reformados que mais se considera a condição em estudo com metade da amostra do grupo a considerar muito importante a simpatia da população local. Seguem-se os indivíduos em situação de desemprego com 42,9%, os estudantes com 34,4%, e os sujeitos inseridos no mercado de trabalho com 23,8% da amostra a atribuir classificação máxima ao factor em estudo. Observamos ainda que todos os inquiridos que atribuem classificação mínima à simpatia da população local se encontram em actividade profissional, ou a completar os estudos.

Gráfico 81 - Eventos especiais

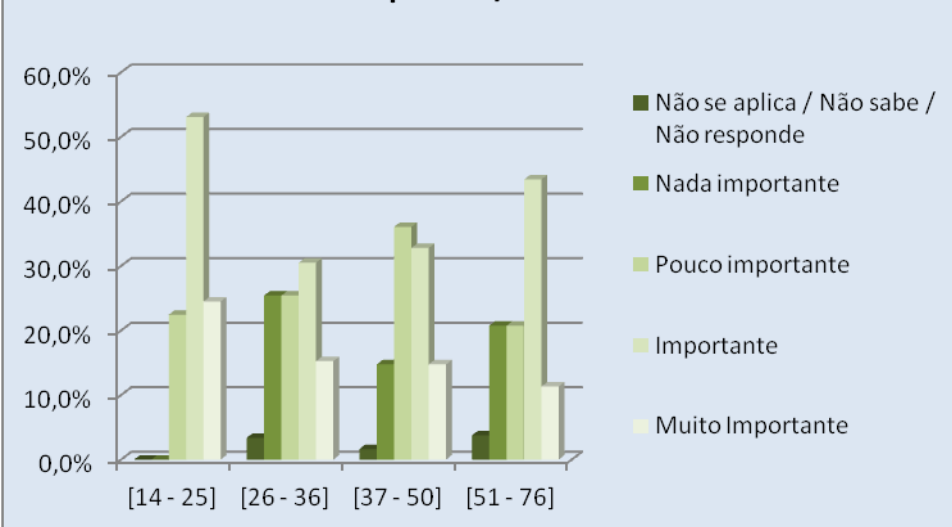


A ocorrência de eventos especiais é considerada por 39,2% da amostra importante, enquanto apenas 16,2% atribui relevância máxima a este factor. Temos depois que 26,6% dos inquiridos consideram esta condição pouco importante, 15,5% diz não ser importante, e 2,3% afirma não tomar em consideração a ocorrência de um evento aquando da selecção do destino de viagem.



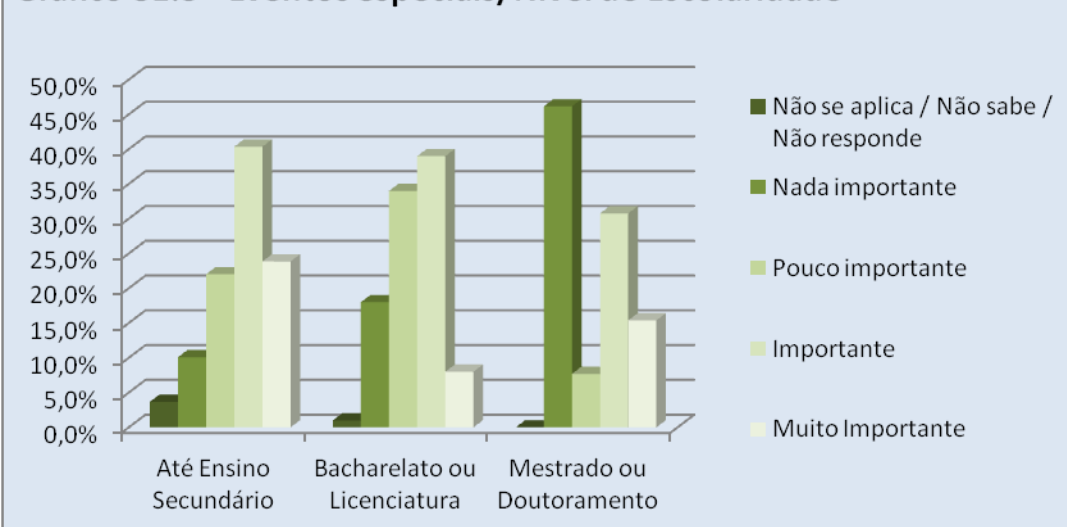
São os indivíduos do sexo masculino quem mais pondera a ocorrência de um evento na escolha do destino de viagem com 17% da amostra a considerar um factor muito importante. É igualmente entre os homens que mais se desconsidera este factor sendo que 18,85 dos inquiridos consideram este factor nada importante. Podemos ainda observar que 43,6% das mulheres considera a ocorrência de eventos especiais importante na escolha do local de viagem.

Gráfico 81.2 - Eventos especiais/Escalão Etário

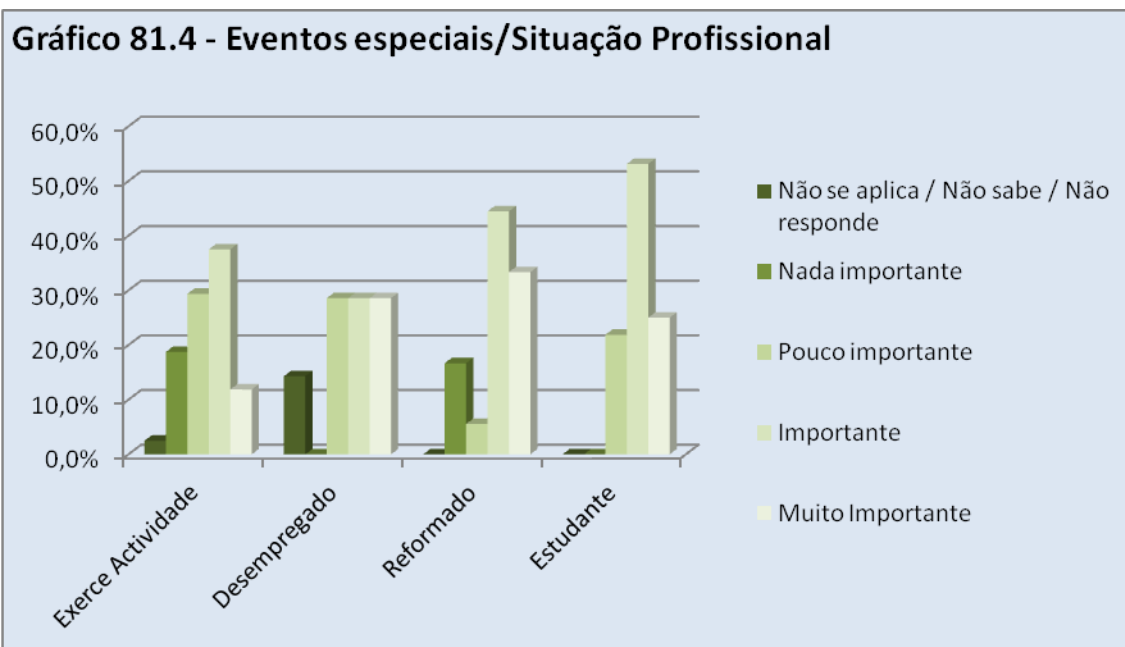


Tal como a oferta de diversão nocturna, a ocorrência de eventos especiais tende a diminuir de importância com o aumento da idade da amostra. Temos assim que no primeiro escalão 53,1% dos inquiridos consideram este factor importante, com 24,5% a atribuir relevância máxima. Vai ser no segundo escalão que encontramos a percentagem mais elevada dos que consideram este um factor nada importante (25,4%). Observamos ainda que apesar de baixar consideravelmente do primeiro escalão para o segundo, a proporção de indivíduos que consideram a ocorrência de eventos especiais importante, aumenta do segundo para terceiro escalão e do terceiro para o quarto escalão, representando 43,4% deste.

Gráfico 81.3 - Eventos especiais/Nível de Escolaridade

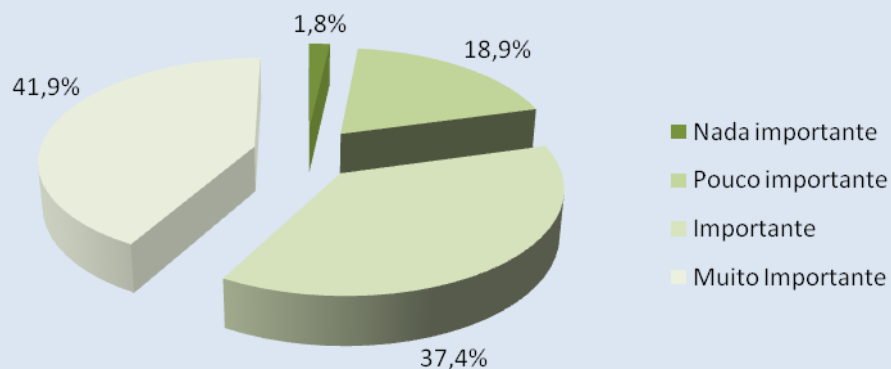


Como podemos observar no Gráfico 81.3, é entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário que mais se considera a ocorrência de eventos especiais na escolha do destino de viagem, com 40,4% da amostra a considerar um factor importante, e 23,9% a classificar como muito importante. Observamos ainda a tendência para a diminuição da proporção de indivíduos que consideram este factor importante, com o aumento do nível de instrução da amostra, sendo este igualmente acompanhado pelo aumento da proporção de indivíduos que atribuem o nível mais baixo de importância a este factor. De relevar que 46,2% dos inquiridos com mestrado ou doutoramento não consideram este factor importante de todo.



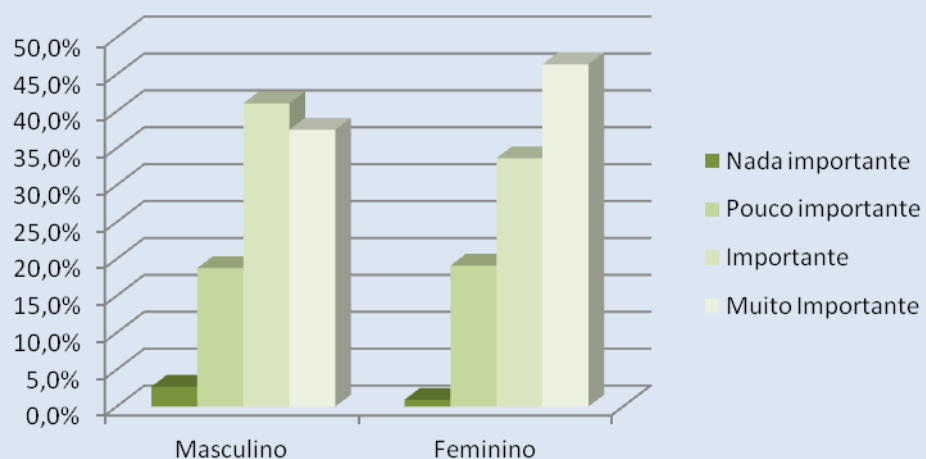
É entre a fracção da amostra em situação de desemprego ou em situação de reforma que mais se relewa a ocorrência de eventos especiais, tais como festas populares, feiras, entre outros, com 28,6% e 33,3% dos inquiridos a considerarem este factor muito importante, respectivamente. Vai ser entre os sujeitos inseridos no mercado de trabalho que mais se desconsidera este factor com 18,8% do grupo a atribuir classificação mínima à condição em estudo. Podemos ainda observar que mais de metade da amostra estudante considera a ocorrência de eventos especiais importante na escolha do destino de viagem.

Gráfico 82 - Custos

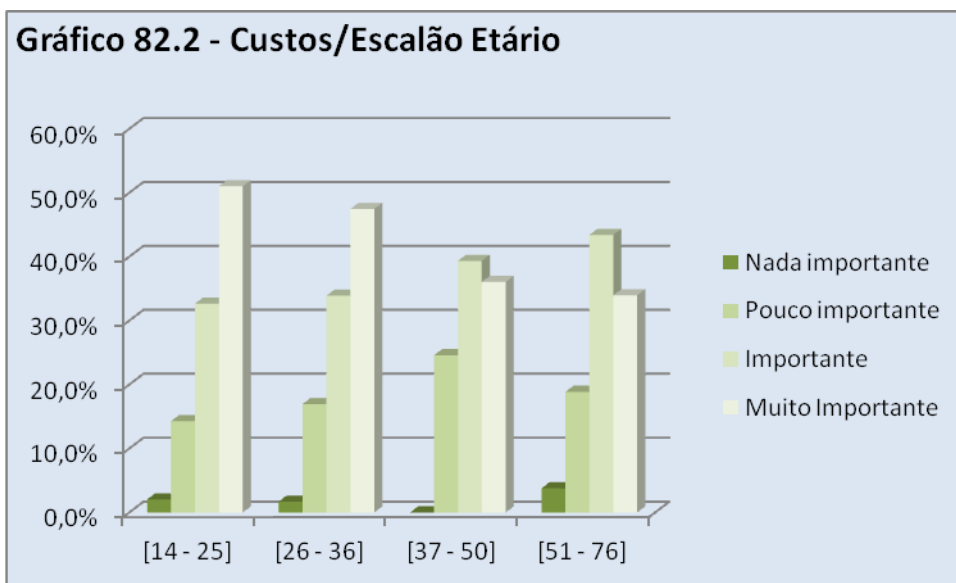


A totalidade dos custos que um determinado destino representa é um factor considerado por 41,9% da amostra como muito importante no momento de escolher um destino de viagem; 37,4% da amostra considera este factor importante, enquanto 18,9% diz ser pouco importante, e apenas 1,8% considera não ter nenhuma importância na escolha do destino de Natureza.

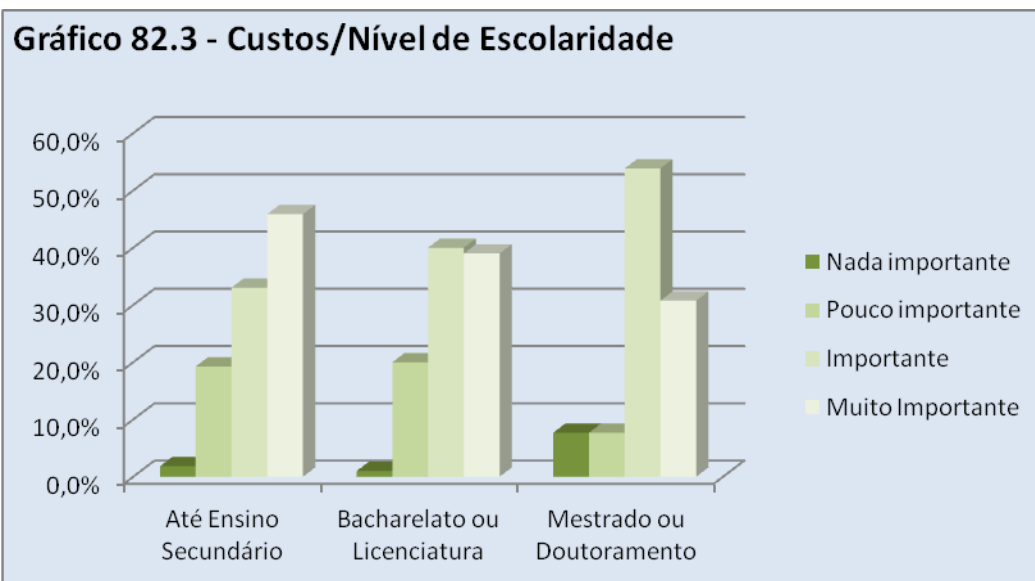
Gráfico 82.1 - Custos/Género



Como podemos observar pelo Gráfico 82.1, são as mulheres quem mais se preocupa com os custos inerentes a determinado destino na escolha do local de viagem, com 46,4% a considerar o factor muito importante, contra apenas 37,5% dos homens. São estes quem menor importância atribui aos custos com 2,7% da amostra a considerar o factor nada importante.

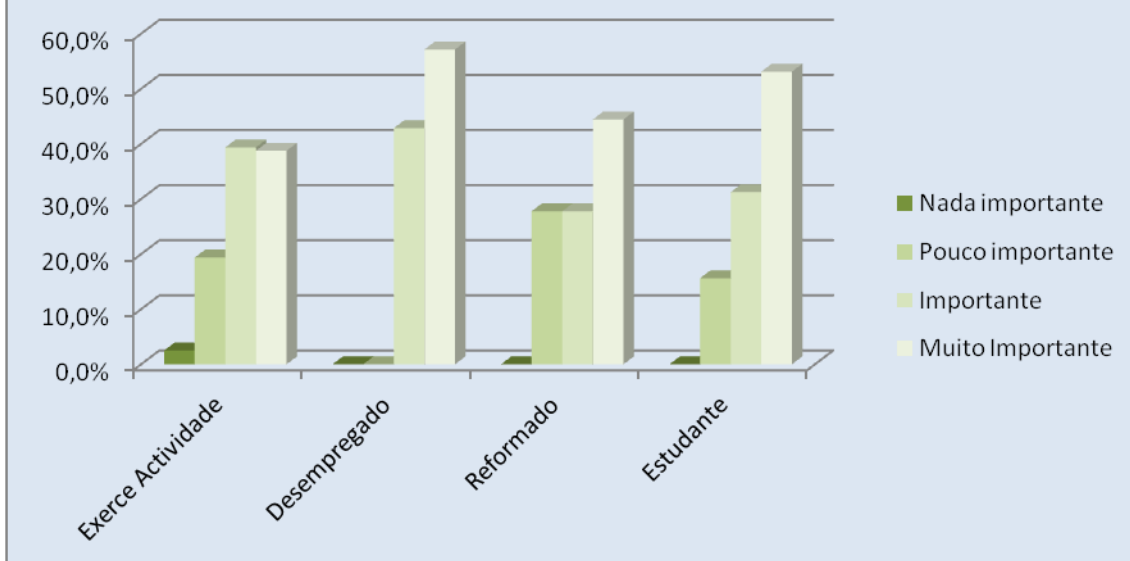


Como se constata através da observação do Gráfico 82.2, é entre os mais jovens que mais se considera a questão dos custos inerentes a cada destino de viagem. É ainda observável que à medida que a idade da amostra avança, tende a diminuir a importância atribuída aos custos de cada destino de Natureza. Temos assim que mais de 50% da amostra entre os 14 e os 25 anos de idade consideram este factor muito importante, sendo que este valor cai para os 47,5% no segundo escalão, para os 36,1% no terceiro escalão, e para os 34% no último escalão. É neste que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram este factor nada importante (3,8%).



Analisando a questão da perspectiva do nível de escolaridade da amostra verificamos que à medida que as habilitações dos inquiridos aumentam, tende a diminuir a importância atribuída aos custos na escolha do destino de viagem. Podemos assim observar que a maioria dos indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário atribui importância máxima ao factor em estudo (45,9%). No grupo correspondente aos indivíduos com bacharelato ou licenciatura temos que 40% dos inquiridos consideram este factor importante, e 39% diz ser muito importante. Temos depois que mais de metade dos indivíduos com mestrado ou doutoramento consideram os custos importantes na escolha do destino, enquanto apenas 30,8% dos inquiridos com um destes graus académicos atribui importância máxima à condição em estudo. É ainda neste grupo que encontramos a proporção mais elevada dos que consideram este factor nada importante (7,7%).

Gráfico 82.4 - Custos/Situação Profissional



Previsivelmente são os indivíduos em situação de desemprego e os estudantes quem mais se preocupa com questões relacionadas com os custos na escolha do destino de Natureza, com 57,1% e 53,1% destes respectivamente, a considerarem o factor em análise muito importante. Seguem-se os indivíduos em situação de reforma, com 44,4%, e os sujeitos inseridos no mercado de trabalho com 38,8%, a atribuírem importância máxima aos custos inerentes ao destino escolhido. De relevar ainda que todos inquiridos que atribuem o nível mínimo de importância a este factor se encontram inseridos no mercado de trabalho com rendimentos regulares.

3.3. Modelo de Análise da Procura de Actividades de Turismo “*Outdoor*”

3.3.1. Procura de actividades turísticas: caracterização global

Modelo 1 – Aplicação do Modelo à amostra global

Modelo 1.1 - Actividades Físicas e Desportivas

PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 1.2 - Actividades Sócio-culturais

RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

Podemos assim caracterizar as preferências de amostra com base nas suas actividades de eleição, sendo observável uma maior predilecção por actividades de cariz sócio-cultural, em oposição às actividades físicas e desportivas.

Constatamos ainda que, apesar da média das actividades físicas e desportivas se situar em 1,8 (arredondando podemos considerar “pouco importante” na perspectiva do consumidor), observamos que quando questionados sobre o interesse na prática de actividades de cariz físico no geral, em termos globais é atribuída uma classificação de 2,4, sendo apenas superado pela natação e pelos passeios a pé/pedestrianismo. Esta classificação aproxima-se igualmente bastante da média atribuída às actividades sócio-culturais (2,7 valores).

Globalmente verificamos que as actividades físicas e desportivas mais populares são os passeios a pé, a natação, actividades de cariz físico de uma forma geral, e a canoagem, sendo que as actividades que reúnem menos preferências são o parapente, a caça, a asa-delta e o balonismo.

Relativamente às actividades sócio-culturais, encontramos no topo das preferências relaxar na natureza, actividades balneares, interacção com o ambiente local, e visita a locais de interesse histórico, estando presentes no extremo oposto participação em eventos locais, compra de lembranças, visita a locais de diversão nocturna, e actividades termiais.

3.3.1.1. Modelo 2 – Aplicação do Modelo por Género

Modelo 2.1 - Actividades Físicas e Desportivas

Masc	3	2,4	2,5	2,1	2,2	2,2	1,9	2	2,1	1,9	1,7	1,8	1,9	1,9	1,6	1,6	1,6	1,1	1,2	1,4	1,2	1,2	1,8
Fem	3,2	2,4	2,3	2	1,9	1,8	2	1,8	1,7	1,8	1,9	1,9	1,6	1,6	1,6	1,7	1,5	1,4	1,4	1,2	1,2	1,2	1,8
	PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
	3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 2.2 - Actividades Sócio-culturais

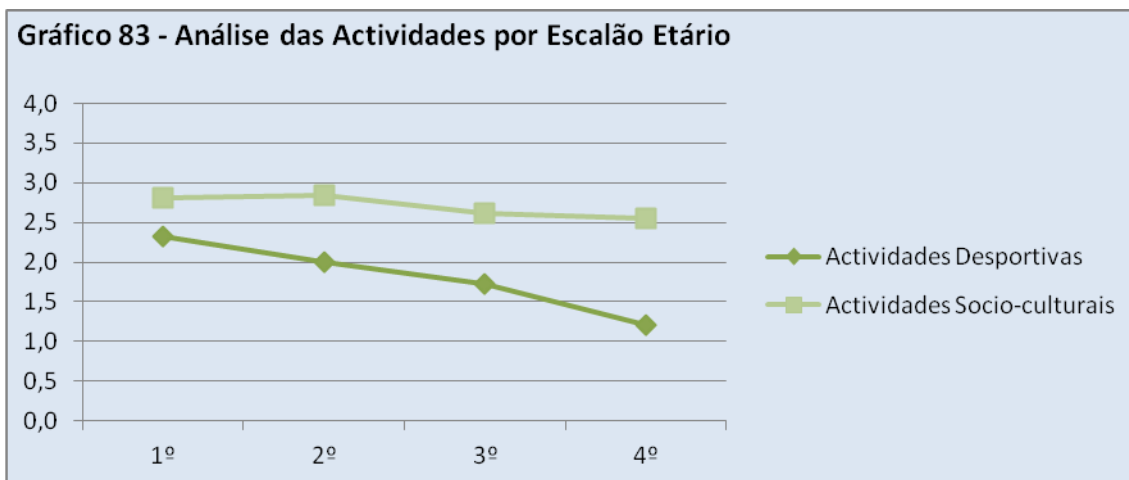
Masc	3,5	3	3	2,9	2,8	2,7	2,8	2,9	2,6	2,7	2,8	2,7	2,5	2,4	2,6	2,6	2,2	2,2	2	1,9	2,6
Fem	3,6	3,3	3	3	2,9	3,1	2,8	2,8	3	2,7	2,5	2,7	2,8	2,8	2,6	2,6	2,5	2,4	2,2	2,2	2,8
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
	3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

Embora não se observem diferenças relevantes na procura de actividades físicas e desportivas entre géneros, observamos, através da análise do Modelo 2.2, que é entre os indivíduos do género feminino que mais se procura actividades de cariz sócio-cultural, com a classificação média a situar-se nos 2,8 valores.

Para além das preferências transversais à amostra, observamos que, no que respeita às actividades físicas e desportivas, os indivíduos do género masculino mostram maior apetência pela prática de mergulho, passeios de *kayak* e montanhismo. Já as mulheres revelam maior ligação a actividades como o yoga e os passeios a cavalo.

Entre as actividades sócio-culturais, igual tendência se verifica para as provas gastronómicas entre os homens, e para a leitura na Natureza, visita a museus, visita ao comércio local, e participação em eventos locais, entre os indivíduos do género feminino.

3.3.1.2. Modelo 3 – Aplicação do Modelo por Escalão Etário



Modelo 3.1 - Actividades Físicas e Desportivas

4º	3,1	1,9	1,8	1,2	1,1	1,3	1,2	1,1	1,6	1,6	1,4	1	0,9	0,8	0,7	1,2	0,9	0,8	0,6	1,3	0,5	0,5	1,2
3º	3,1	2,4	2,3	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,6	2	1,8	1,7	1,5	1,6	1,6	1,1	1,2	1,2	1	1	1,7
2º	3,3	2,5	2,6	2,4	2,5	2,3	2,2	1,9	1,8	1,9	1,8	2	2	2,1	2	1,8	1,6	1,6	1,5	1,3	1,5	1,4	2,0
1º	3	3	2,9	2,8	2,6	2,5	2,7	2,8	2,4	2,2	2,4	2,3	2,2	2,3	2,2	1,9	2,1	1,5	2	1,7	1,9	1,7	2,3
	PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
	3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 3.2 - Actividades Sócio-culturais

4º	3,5	2,8	2,8	3	2,8	2,6	2,7	2,8	2,7	2,5	2,8	2,3	2,6	2,7	2,5	2,5	2,1	2,3	1,3	1,8	2,6
3º	3,6	3,1	2,7	2,9	2,9	3	2,6	2,8	2,7	2,6	2,7	2,5	2,7	2,7	2,5	2,4	2,1	2,1	1,9	1,9	2,6
2º	3,6	3,4	3,4	3,1	2,9	3,2	2,8	2,9	3	2,6	2,7	3,2	2,6	2,5	2,9	2,9	2,3	2,3	2,4	2,3	2,9
1º	3,4	3,4	3,1	2,8	2,8	2,8	3	2,8	2,9	3,1	2,5	2,7	2,6	2,5	2,7	2,6	2,9	2,4	3	2,2	2,8
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
	3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

Como já foi abordado ao longo da caracterização da amostra, foram definidos quatro escalões etários com base na dimensão da amostra e nas características sócio-demográficas inerentes a cada escalão.

Podemos observar, entre os indivíduos do primeiro escalão, uma maior tendência para a prática de actividades físicas e desportivas, comparativamente com os restantes grupos, não obstante a maior procura por actividades sócio-culturais, transversal à amostra. Verificamos ainda que nesta

porção da amostra se observa uma maior propensão para a prática de actividades físicas e desportivas como passeios de BTT, pesca desportiva, remo, escalada e rapel. De referir ainda, que é entre os indivíduos presentes no primeiro escalão que maior importância se atribui a todas as actividades presentes no *Modelo 3.1*, excepção feita ao yoga, mais procurado por indivíduos entre os 26 e os 36 anos de idade. Entre as actividades presentes no *Modelo 3.2*, sobressaem os passeios de carro, jipe ou mota, e a participação em eventos locais.

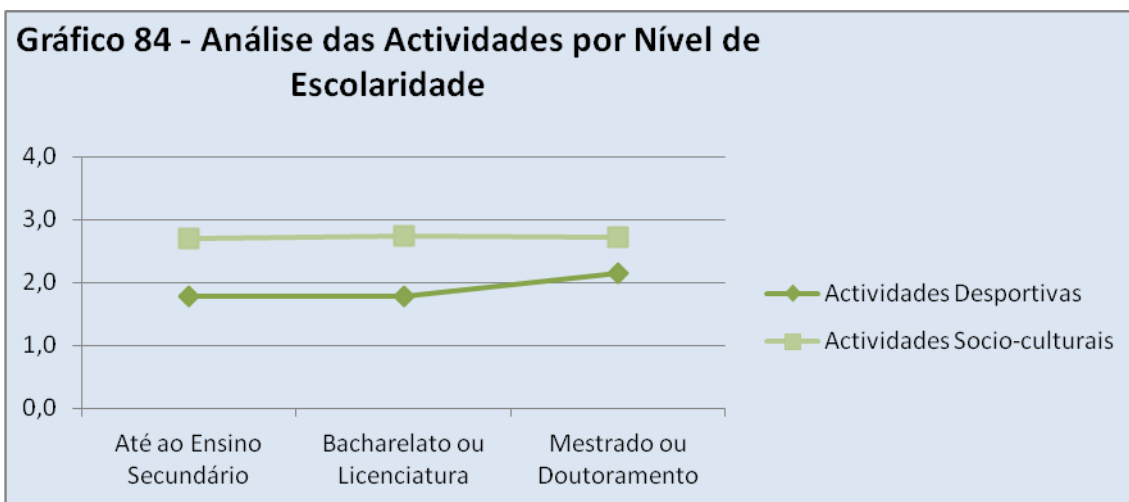
No segundo escalão, representado por indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos de idade, observamos uma clara preferência por actividades de cariz sócio-cultural. Embora menos relevante que no escalão anterior, observamos ainda uma ligeira disposição para a procura de actividades presentes no *Modelo 3.1*.

Entre as actividades físicas e desportivas mais populares neste escalão, para além das preferências transversais à amostra, destacam-se o yoga e o montanhismo. Relativamente às actividades presentes no *Modelo 3.2*, destaque para a exploração de zonas remotas desconhecidas, e para a observação de fauna e flora.

Entre os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos de idade vamos observar uma diferença mais acentuada entre a procura de actividades sócio-culturais e a procura de actividades físicas e desportivas. Ainda, podemos destacar, entre as actividades físicas e desportivas, a procura por actividades como montanhismo e a vela, superiores à média global.

Como seria previsível, no quarto escalão, referente à porção da amostra com idades compreendidas entre os 51 e os 76 anos de idade, as diferenças relativamente à preferência por actividades físicas e desportivas e actividades socioculturais aumentam consideravelmente, sendo visível uma maior predilecção pelas últimas, embora o nível de importância atribuído a estas seja substancialmente inferior à média. Entre as actividades mais populares destacam-se as provas gastronómicas e as visitas ao comércio local, no *Modelo 3.2*.

3.3.1.3. Modelo 4 – Aplicação do Modelo por Nível de Escolaridade



Modelo 4.1 - Actividades Físicas e Desportivas

M/D	3,6	2,8	2,5	2,7	2,8	2,5	2,5	2,6	1,5	2,7	1,8	2	2,2	2	1,9	1,7	2,5	1,4	1,7	1,1	1,6	1,3	2,2
Lic.	3,2	2,5	2,4	2	2	2	1,9	1,7	1,7	2	1,7	1,8	1,9	1,7	1,7	1,5	1,5	1,3	1,3	1	1,2	1,2	1,8
E.Sec.	3	2,3	2,3	2	2	1,9	1,9	1,9	2,1	1,6	1,9	1,8	1,6	1,7	1,5	1,8	1,5	1,2	1,3	1,6	1,1	1,1	1,8
	PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
	3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 4.2 - Actividades Sócio-culturais

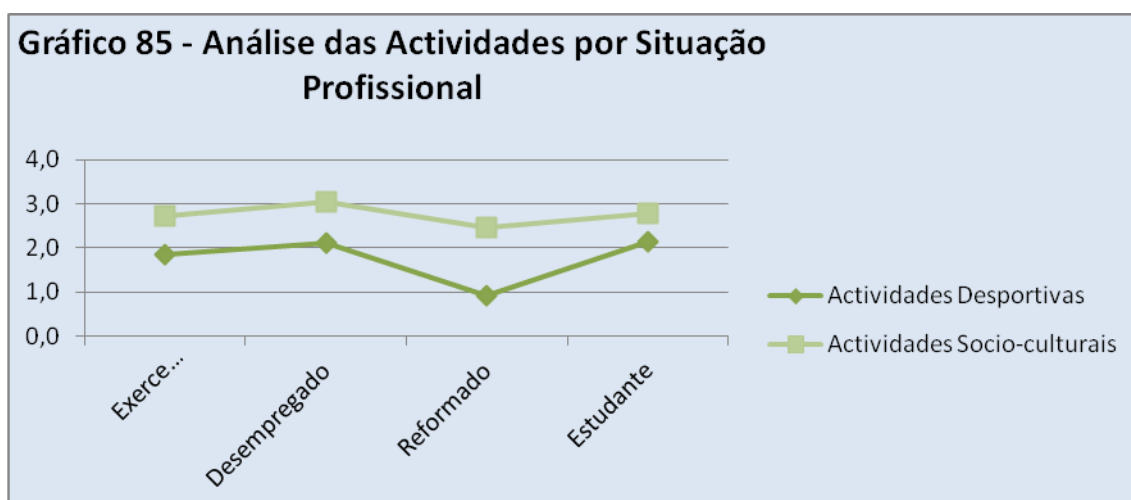
M/D	3,7	3,7	3,5	3	2,8	3,2	2,5	2,8	2,5	2,6	2,4	3,5	2,9	2,3	2,7	2,6	2,2	1,9	1,8	1,9	2,7
Lic.	3,6	3,4	3,1	3	2,9	3,1	2,8	2,8	2,8	2,6	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,1	2,3	2	2,1	2,7
E.Sec.	3,4	3	2,9	2,9	2,8	2,7	2,8	2,9	2,8	2,8	2,7	2,6	2,5	2,6	2,7	2,6	2,6	2,3	2,2	2,1	2,7
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
	3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

Podemos observar, através do Modelo 4.1, que é entre os indivíduos com grau académico superior (mestrado ou doutoramento) que se atribui maior relevância a actividades de carácter físico e desportivo, aquando das suas viagens a destinos de paisagem natural. Verificamos ainda alguma preferência por actividades, para além das observáveis na amostra global, como *jogging*, vela e remo. De referir ainda, que este é o grupo que maior nível de importância atribui a actividades como o parapente e a asa-delta, negligenciadas pela generalidade da amostra.

Embora relativamente à procura de actividades físicas e desportivas, indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário e indivíduos licenciados demonstrem preferências relativamente idênticas, destacam-se a procura de espeleologia entre os primeiros, e de montanhismo entre os segundos.

Em termos de procura por actividades de cariz sócio-cultural, observamos uma certa equidade entre os três grupos e as preferências da amostra, destacando-se apenas, entre os sujeitos com mestrado ou doutoramento, as visitas a museus e a exploração de zonas remotas desconhecidas.

3.3.1.4. Modelo 5 – Aplicação do Modelo por Situação Profissional



Modelo 5.1 – Actividades Físicas e Desportivas

Estu.	2,8	2,8	2,8	2,7	2,5	2,4	2,5	2,7	2,1	2,2	2,4	2,2	2	2,2	2	1,6	1,9	1,4	1,7	1,3	1,5	1,2	2,1
Refor.	2,8	1,5	1,4	0,8	0,7	1,1	0,9	0,7	1	1,2	1,1	0,6	0,6	0,8	0,4	0,9	0,4	0,6	0,6	1,2	0,4	0,4	0,9
Dese.	3	2,7	2,3	2,4	2,1	1,6	2,6	2	2,1	2	1,9	1,6	1,9	1,6	2,4	2	1,9	1,4	2,6	1,3	1,7	2,3	2,1
Emp.	3,2	2,5	2,4	2,1	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,8	1,9	1,8	1,8	1,6	1,7	1,6	1,3	1,3	1,4	1,2	1,2	1,8
	PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
	3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 5.2 - Actividades Sócio-culturais

Estu.	3,4	3,6	3	2,8	2,8	2,7	2,9	2,7	2,8	3,1	2,4	2,8	2,6	2,5	2,6	2,5	2,9	2,5	2,9	2	2,8
Refor.	3,6	2,5	2,7	3,1	2,9	2,4	2,4	2,7	2,2	2,7	3	1,9	2,3	2,7	2,4	2,4	2,3	2,3	1,2	1,6	2,5
Dese.	3,4	3,9	2,7	3,4	3,4	2,7	3,3	3,1	3,1	3	2,6	3	3,3	3,1	2,3	2,4	3,7	2,6	3,1	2,7	3,0
Emp.	3,6	3,2	3,1	3	2,9	3	2,8	2,9	2,9	2,6	2,7	2,8	2,7	2,6	2,7	2,7	2,2	2,2	2	2,1	2,7
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
	3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

Como podemos observar através da análise dos Modelos 5.1 e 5.2, referentes à procura de actividades físicas e desportivas e de actividades sócio-culturais por situação profissional, observamos que os indivíduos em actividade profissional acompanham linearmente, sem oscilações relevantes, as preferências demonstradas pela amostra global.

É entre os indivíduos em situação de desemprego que encontramos os maiores desvios relativamente às preferências da amostra. Passeios de BTT, escala, rapel e parapente encontram-se entre as actividades físicas e desportivas mais procuradas por este grupo; é ainda observável ainda uma predilecção pela participação em eventos locais, visitas a locais de diversão nocturna, interacção com os habitantes locais, visitas a museus e visitas ao comércio local, entre as actividades de cariz sócio-cultural.

Modelo 5.3 - Actividades Físicas e Desportivas

Estu.	2,8	2,8	2,8	2,7	2,5	2,4	2,5	2,7	2,1	2,2	2,4	2,2	2	2,2	2	1,6	1,9	1,4	1,7	1,3	1,5	1,2	2,1
1º	3	3	2,9	2,8	2,6	2,5	2,7	2,8	2,4	2,2	2,4	2,3	2,2	2,3	2,2	1,9	2,1	1,5	2	1,7	1,9	1,7	2,3
	PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
Refor.	2,8	1,5	1,4	0,8	0,7	1,1	0,9	0,7	1	1,2	1,1	0,6	0,6	0,8	0,4	0,9	0,4	0,6	0,6	1,2	0,4	0,4	0,9
4º	3,1	1,9	1,8	1,2	1,1	1,3	1,2	1,1	1,6	1,6	1,4	1	0,9	0,8	0,7	1,2	0,9	0,8	0,6	1,3	0,5	0,5	1,2

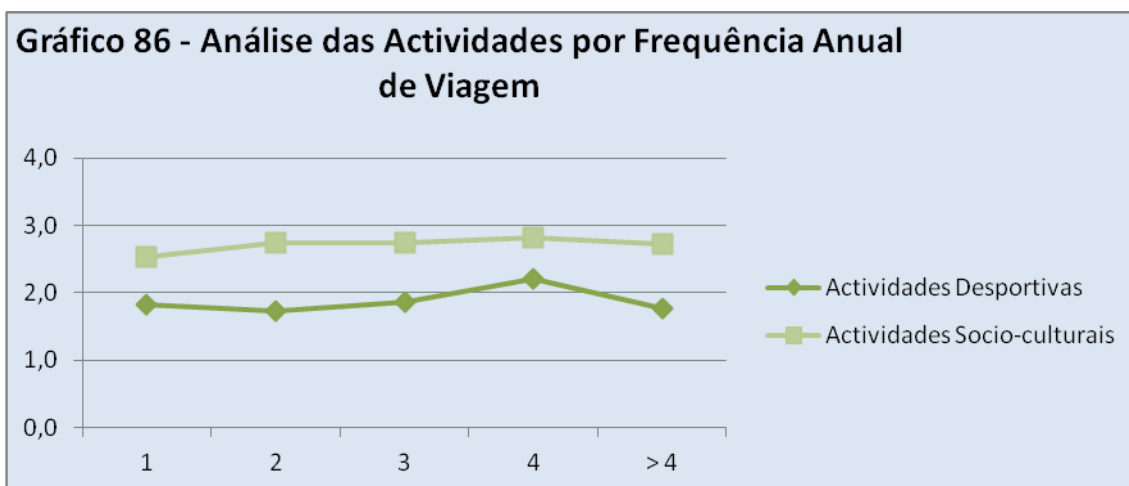
Modelo 5.4 - Actividades Sócio-culturais

Estu.	3,4	3,6	3	2,8	2,8	2,7	2,9	2,7	2,8	3,1	2,4	2,8	2,6	2,5	2,6	2,5	2,9	2,5	2,9	2	2,8
1º	3,4	3,4	3,1	2,8	2,8	2,8	3	2,8	2,9	3,1	2,5	2,7	2,6	2,5	2,7	2,6	2,9	2,4	3	2,2	2,8
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
Refor.	3,6	2,5	2,7	3,1	2,9	2,4	2,4	2,7	2,2	2,7	3	1,9	2,3	2,7	2,4	2,4	2,3	2,3	1,2	1,6	2,5
4º	3,5	2,8	2,8	3	2,8	2,6	2,7	2,8	2,7	2,5	2,8	2,3	2,6	2,7	2,5	2,5	2,1	2,3	1,3	1,8	2,6

Relativamente aos grupos profissionais referentes aos estudantes e aos indivíduos em situação de reforma, podemos observar através da análise dos Modelos 5.3 e 5.4, referentes à análise da procura de actividades físicas e desportivas e sócio-culturais, que a situação profissional não será por si só um factor explicativo da procura de actividades turísticas, dado que as preferências de estudantes e reformados, acompanham de forma relativamente consistente as preferências dos indivíduos presentes no primeiro e no quarto escalão etários. O que nos leva a concluir que o factor de distinção tem mais a ver com a idade dos indivíduos do que com a respectiva situação profissional.

De acordo com os Modelos 5.3 e 5.4, a situação profissional poderá ser factor explicativo da menor procura por actividades como a pesca desportiva, jogging, natação, exploração de zonas remotas desconhecidas e fotografia por parte de sujeitos em situação de reforma, e de actividades como a asa-delta, a caça ou o balonismo por parte de estudantes.

3.3.1.5. Modelo 6 – Aplicação do Modelo por Frequência Anual de Viagens



Modelo 6.1 – Actividades Físicas e Desportivas

>4	3,2	2,5	2,4	2,1	2	2	1,8	1,9	2	1,8	1,8	1,9	1,7	1,6	1,5	1,7	1,4	1	1,3	1,3	1,1	1	1,8
4	3,4	3,2	3,4	2,8	2,7	2	2,6	2,7	2,5	2,5	2,4	1,7	2,4	1,8	1,8	1,8	1,3	1,6	1,2	2,4	1,2	1,3	2,2
3	3,3	2,4	2,3	2	1,8	2,1	2	2	1,8	2,1	1,7	1,9	1,7	1,8	1,6	1,7	1,7	1,7	1,4	1,5	1,3	1,4	1,9
2	3	2,3	2,3	2	2,1	2	2	1,7	1,5	1,8	1,9	1,6	1,6	1,9	1,6	1,5	1,6	1,4	1,1	1,1	1,1	1	1,7
1	2,9	2,1	2,1	2	2	1,6	1,9	1,8	1,8	1,6	1,6	1,9	2,1	1,8	1,8	1,4	1,8	1,4	1,7	1,3	1,7	1,8	1,8

Tese de Mestrado em Gestão do Desporto – Organizações Desportivas
O Perfil do Consumidor de Turismo de Natureza no Maior Lago Artificial da Europa

PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 6.2 - Actividades Sócio-culturais

> 4	3,6	3,2	3,1	3	2,8	2,9	2,9	2,9	2,8	2,7	2,7	2,8	2,7	2,5	2,7	2,7	2,3	2,4	2	1,8	2,7
4	3,6	3,5	3,2	2,7	2,4	2,6	2,9	3	3,2	2,9	2,7	2,9	2,4	3	2,8	2,8	2,4	2,5	2,2	2,6	2,8
3	3,6	3,1	2,9	2,9	3,2	3,1	2,7	2,7	2,7	2,8	2,8	2,6	2,7	2,6	2,5	2,5	2,6	2,1	2,3	2,3	2,7
2	3,4	3,3	3	3	2,9	3,1	2,7	2,9	2,8	2,8	2,7	2,7	2,6	2,8	2,7	2,6	2,3	2,3	2,1	2,2	2,7
1	3,3	3	2,9	2,8	2,5	2,5	2,6	2,5	3	2,4	2,5	2,1	2,5	2,7	2,3	2,3	2,4	2,1	2,2	2,2	2,5
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
	3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

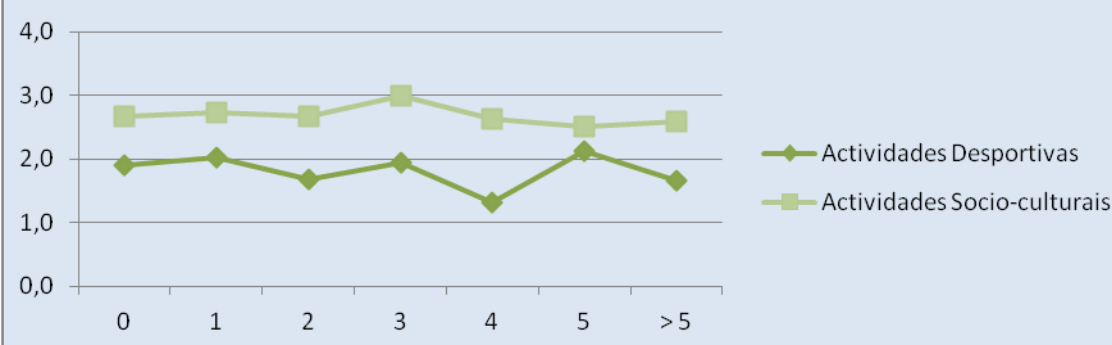
É possível observar, através da análise do Modelo 6.1, que é entre os indivíduos que viajam 4 vezes por ano que se observam os desvios mais significativos relativamente à procura por actividades físicas e desportivas, quando comparando com os restantes grupos, e com a amostra global. O mesmo comportamento é observável no Modelo 6.2, referente às actividades sócio-culturais, embora com menor relevância.

Observamos assim que os indivíduos que viajam para a Natureza 4 vezes por ano, atribuem maior relevância, para além das actividades transversais à globalidade de amostra, aos passeios de BTT, remo, pesca desportiva, *jogging*, passeios a cavalo, montanhismo e caça. De referir ainda que são os indivíduos que viajam apenas uma vez por ano para zonas de paisagem natural quem mais procura actividades como asa-delta, parapente e balonismo.

Relativamente às actividades presentes no Modelo 6.2, não se observam desvios relevantes, embora seja observável que indivíduos que viajam apenas uma vez por ano tendem a não atribuir tanta importância a este tipo de actividades como os sujeitos presentes nos restantes grupos.

3.3.1.6. Modelo 7 – Aplicação do Modelo por Duração da Viagem

Gráfico 87 - Análise das Actividades por Duração da Viagem



Modelo 7.1 – Actividades Físicas e Desportivas

	3	2,1	2,1	1,7	1,8	1,7	1,5	1,6	1,9	1,4	2	1,7	1,4	1,7	1,7	1,6	1,5	1,3	1,1	1,6	1,1	1,1	1,7
>5	3	2,1	2,1	1,7	1,8	1,7	1,5	1,6	1,9	1,4	2	1,7	1,4	1,7	1,7	1,6	1,5	1,3	1,1	1,6	1,1	1,1	1,7
5	3,1	2,9	2,3	2,2	2,5	2,4	2,3	1,9	2,5	1,8	2,1	1,8	2,4	2,1	2,3	1,6	2,1	1,5	1,5	1,8	1,8	1,7	2,1
4	3,3	1,9	2,5	1,3	1,3	1,2	1,1	1,3	1,5	1,7	1,6	0,8	1,3	0,8	0,8	1	1	1,1	0,8	0,9	0,8	0,8	1,3
3	2,9	2,7	2,8	2,5	2,9	2,3	2	2,4	2	1,8	2,2	1,8	1,8	2,1	1,7	1,9	1,5	1	1,3	1,1	1,1	0,9	1,9
2	3,2	2,2	2,2	1,8	1,9	1,8	1,8	1,7	1,6	2	1,6	1,8	1,8	1,5	1,6	1,4	1,4	1,2	1,2	1,1	1,2	1,1	1,7
1	3,4	2,7	2,7	2,5	1,6	2,5	2,7	2,3	2,1	1,9	1,6	2,3	1,6	2,1	1,3	1,9	1,8	1,7	1,5	2,1	1,2	1,2	2,0
0	2,9	2,5	2,4	2,4	1,6	1,9	2,1	1,8	2,4	1,9	1,9	1,8	1,6	1,6	2,2	2,1	1,7	1,1	1,9	0,9	1,4	1,6	1,9
	PP	N	AF	Ca	PK	Me	PB	R	PD	J	PCv	O	Mo	Cy	ER	E	V	Y	P	Cç	AD	B	Média
	3,1	2,4	2,4	2,1	2	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,8

Modelo 7.2 - Actividades Sócio-culturais

	3,4	3,1	2,6	2,8	2,6	2,7	2,7	2,8	3	2,4	2,6	2,8	2,3	2,3	2,6	2,5	2,3	2,3	1,7	2,2	2,6
>5	3,4	3,1	2,6	2,8	2,6	2,7	2,7	2,8	3	2,4	2,6	2,8	2,3	2,3	2,6	2,5	2,3	2,3	1,7	2,2	2,6
5	3,4	3,5	2,5	1,9	2,5	3	2,8	2,6	2,6	2,7	2,5	2	2,2	2,5	2,5	2,3	2,4	1,8	2,3	2,1	2,5
4	3,9	3,1	3,3	3	2,3	3,1	2,6	3	3,2	2,4	1,8	2,3	2,4	2,8	2,3	2,4	1,7	2,4	2,1	2,6	2,6
3	3,8	3,5	3,3	3,3	3,2	3,2	3,1	3	2,8	3,2	2,8	3,1	2,9	2,8	2,8	2,8	2,6	2,8	2,2	2,6	3,0
2	3,6	3,2	2,9	3	2,8	2,8	2,7	2,9	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5	2,3	2,3	2	1,9	2,7
1	3,3	2,7	3,2	2,7	2,9	3,2	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	3	2,8	2,6	2	2,5	1,9	2,7
0	3,1	3,3	3,2	3	3,1	2,5	2,6	2,5	2,8	1,9	2,9	3,1	2,9	2,5	2,8	2,8	2,4	1,6	2,2	2,1	2,7
	RN	AB	IA	VH	VMo	LN	IH	VP	F	PCa	PG	EZ	VMu	VC	OFa	OFI	PE	CL	VN	AT	Média
	3,5	3,2	3	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,4	2,3	2,1	2,1	2,7

Uma análise cuidada do quadro 7.1 mostra que as principais alterações na procura de actividades físicas e desportivas são encontradas entre os indivíduos que prologam a sua estadia 4 e 5 noites por viagem, sendo que, entre os primeiros a procura é consideravelmente mais baixa que na amostra global, subindo consideravelmente entre os indivíduos que pernoitam 5 noites por viagem. Observa-se ainda que entre os sujeitos que passam 4 noites por viagem se atribui substancialmente menor importância à procura de actividades físicas e desportivas como disso é prova a diminuição da procura por passeios de BTT, mergulho, canoagem e natação, algumas das actividades mais populares entre a generalidade da amostra.

Entre os sujeitos que não pernoitam sublinha-se a procura de escalada e rapel, parapente e pesca desportiva.

No grupo de indivíduos que pernoitam apenas uma noite por viagem sobressai a procura por orientação, mergulho, passeios de BTT e caça.

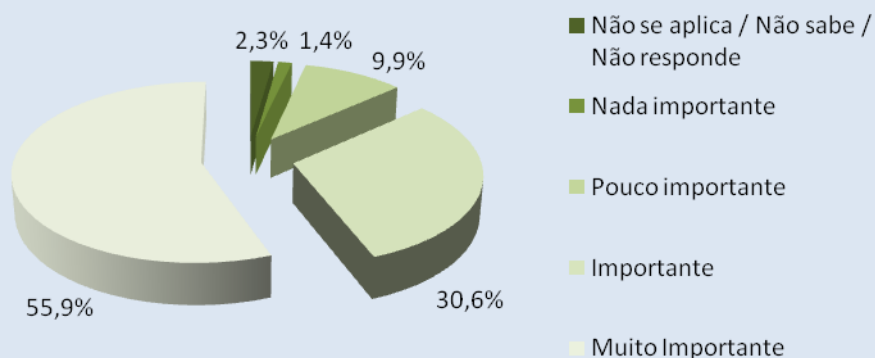
É entre os sujeitos que prolongam a sua estadia por 5 noites que encontramos os desvios mais relevantes com uma clara preferência por actividades como passeios de kayak, mergulho, pesca desportiva, montanhismo, escalada, rapel e vela.

Na análise do modelo 7.2 relativamente à procura de actividades de cariz sócio-cultural, observa-se que as principais diferenças se registam entre os indivíduos que prolongam a sua estadia 3 noites por viagem. Prova disso é a elevada importância atribuída a actividades como passeios carro, mota ou jipe, exploração de zonas remotas desconhecidas, ou actividades termais.

3.4. Fontes de Informação preferenciais no planeamento de viagens à Natureza

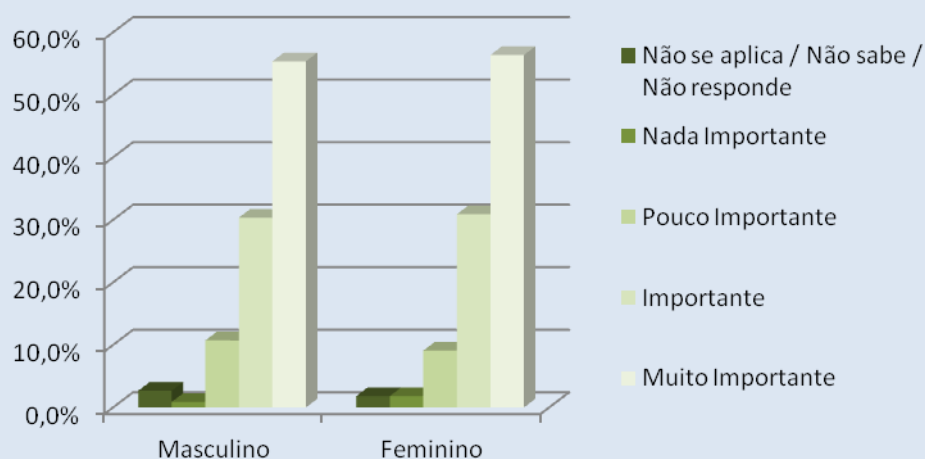
Neste contexto, torna-se importante averiguar quais as fontes de informação privilegiadas pelos inquiridos no momento de seleccionar um local de Natureza como destino de viagem.

Gráfico 88 - Amigos



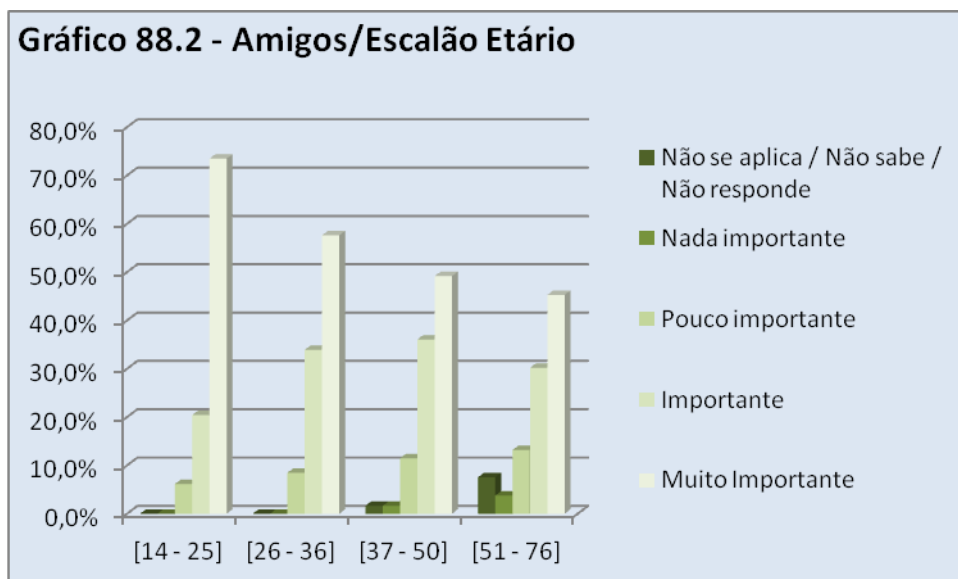
Observamos que 55,9% da amostra considera os amigos como uma fonte de informação muito importante no planeamento das suas viagens a destinos de Natureza. Registamos ainda que 30,6% considera este factor importante, enquanto 9,9% diz ser pouco importante, 1,4% não considera de todo importante, e 2,2% afirma não tomar em consideração a opinião dos amigos no planeamento das suas viagens e na escolha do destino de Natureza.

Gráfico 88.1 - Amigos/Género



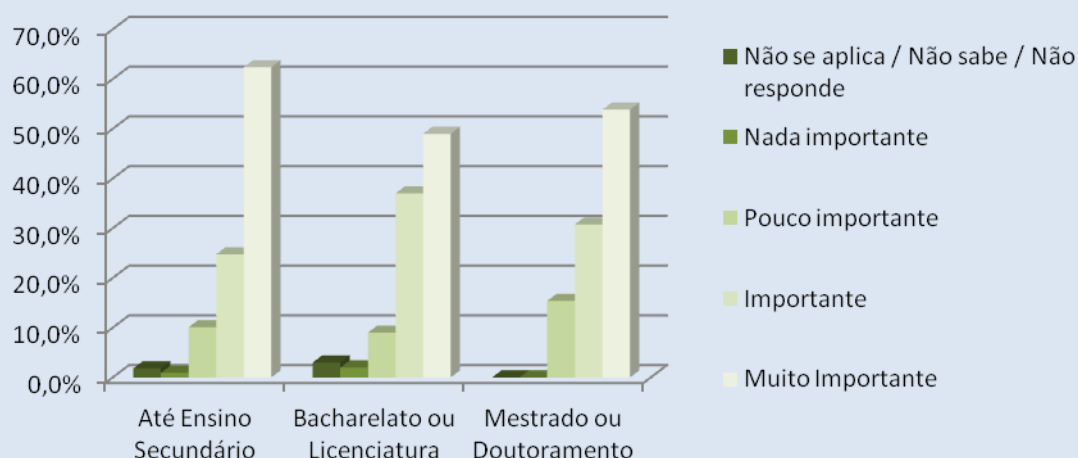
Como podemos observar pelo Gráfico 88.1, não se encontram diferenças significativas entre géneros. Ainda assim constata-se que é entre os homens que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que

consideram este factor pouco importante, e que não consideram de todo o factor em estudo no momento de recolher informação para planear uma viagem a um destino de Natureza.



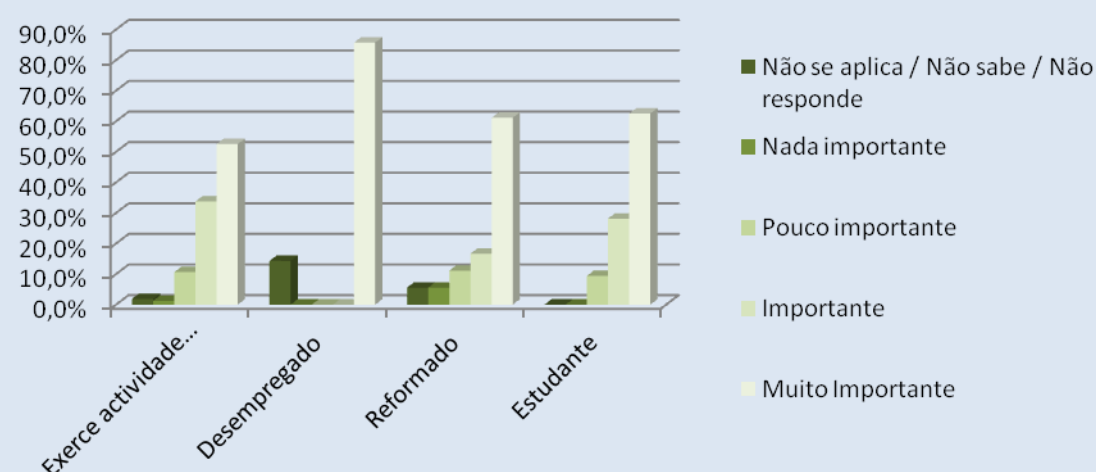
Analisando agora o peso da opinião dos amigos como fonte de informação preferencial no momento de seleccionar um destino de Natureza por escalão etário, observamos uma clara tendência para o decréscimo deste à medida que aumenta a idade dos inquiridos. Enquanto no primeiro escalão, 73,5% dos inquiridos considera este factor muito importante, essa percentagem cai para os 57,6% no segundo escalão, e para os 49,2% e 45,3% no terceiro e quarto escalões, respectivamente. É igualmente entre os indivíduos com idade mais avançada que encontramos a percentagem mais elevada de inquiridos que atribuem o nível de importância mais baixo a este factor (3,8%).

Gráfico 88.3 - Amigos/Nível de Escolaridade

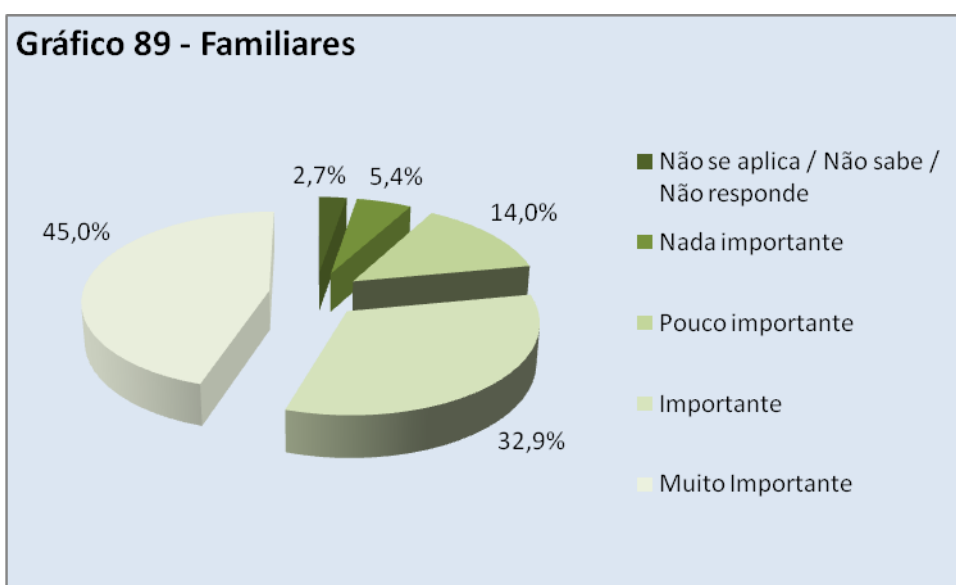


É entre os indivíduos com nível de escolaridade completo até ao ensino secundário que se atribui maior importância aos amigos como fonte de informação na escolha do destino de Natureza, com mais de 60% dos inquiridos a considerar o factor muito importante. Este valor desce para os 49% entre os licenciados, subindo ligeiramente para os 53,8% entre a porção da amostra com grau de mestre ou de doutor. É também entre estes últimos que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram o factor pouco importante (15,4%).

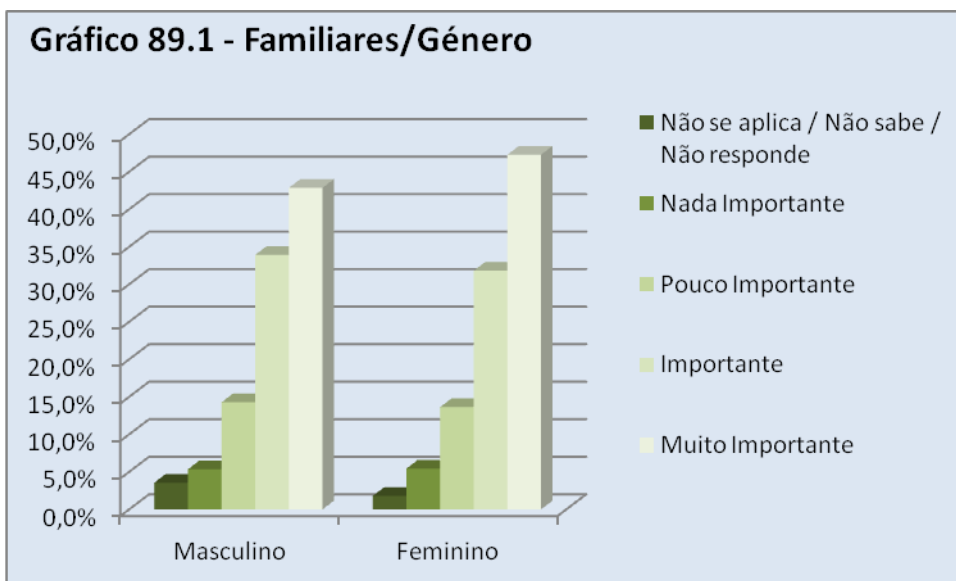
Gráfico 88.4 - Amigos/Situação Profissional



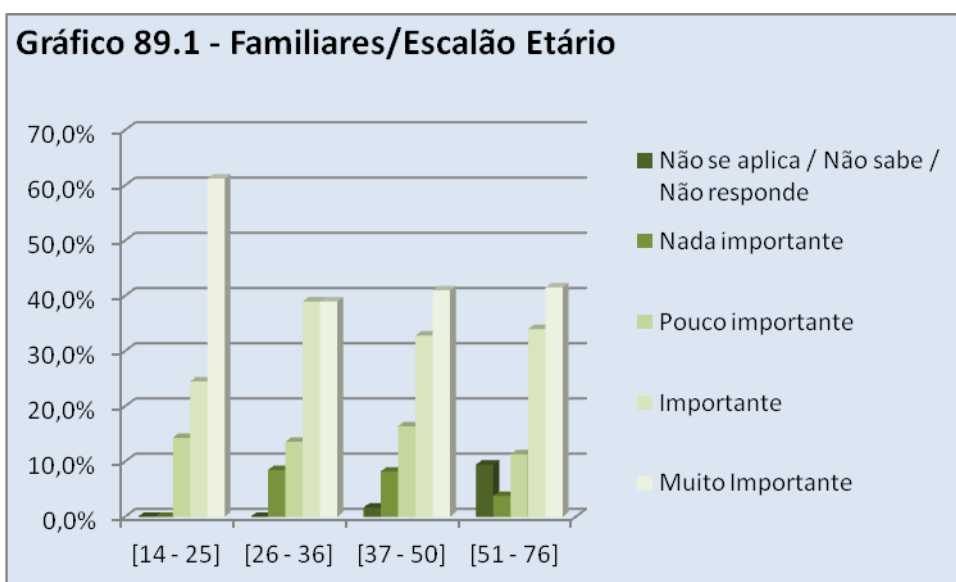
Apesar da baixa representatividade na amostra global, é entre os indivíduos em situação de desemprego que mais importância se atribui aos amigos como fonte de informação no planeamento de viagens à Natureza, com mais de 85% dos inquiridos a considerarem este factor muito importante. Seguem-se os estudantes (62,5%), os reformados (61,1%), e finalmente os indivíduos em actividade profissional (52,5%). É de resto neste grupo e no grupo dos indivíduos em situação de reforma, que encontramos as percentagens mais elevadas de indivíduos que consideram este factor pouco importante (10,6% e 11,1%, respectivamente).



Curiosamente, em termos globais, podemos verificar, através da análise do Gráfico 80, que a amostra presente no estudo atribui maior importância aos amigos do que aos familiares, como fonte de informação, no planeamento das suas viagens à Natureza. Registamos que apenas 45% da amostra classifica a opinião de familiares como muito importante aquando da procura de informações sobre um destino de Natureza, enquanto 32,9% diz ser importante, 14% diz ser pouco importante, 5,4% não considera de todo importante, e apenas 2,7% dos inquiridos não considera a opinião de familiares no momento de procurar informação sobre um destino de Natureza.

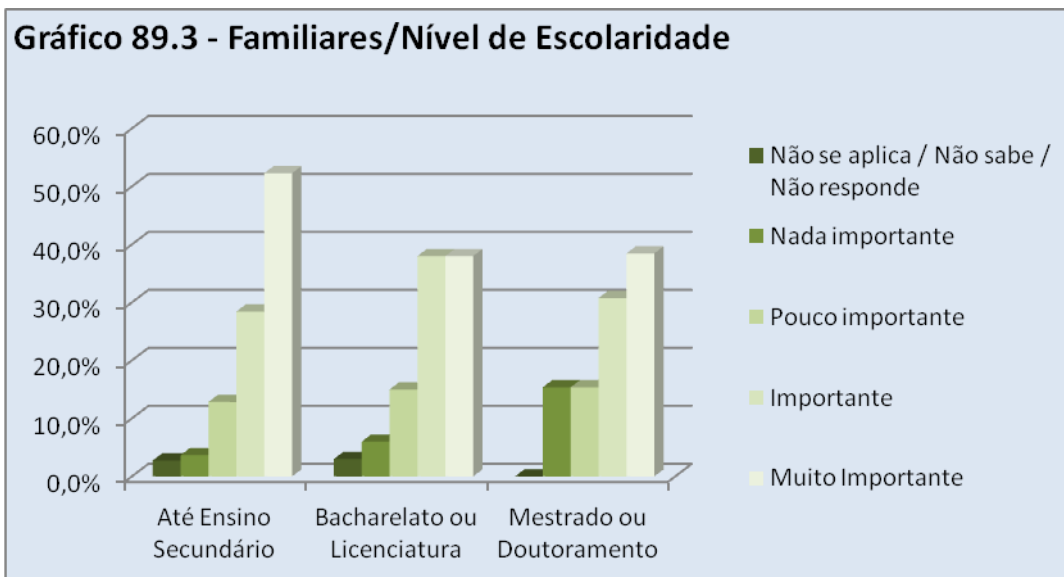


São as mulheres quem mais importância atribui à opinião dos familiares como fonte de informação no planeamento das suas viagens à Natureza. Mais de 45% da porção da amostra do género feminino considera este factor muito importante, enquanto entre os homens este valor cai para os 42,9%. Podemos ainda observar que entre os indivíduos do género masculino, 3,6% da amostra não considera as observações de familiares no planeamento de uma viagem à Natureza.



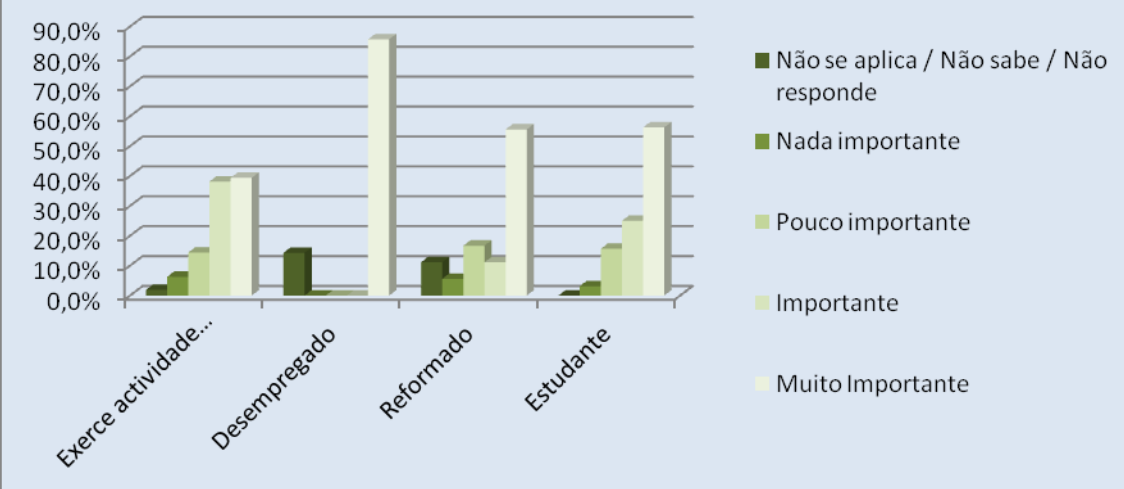
É entre os mais jovens que se observa uma maior tendência a procurar informações sobre potenciais destinos de Natureza junto de familiares, com mais de 60% dos sujeitos presentes no primeiro escalão etário a considerar o factor muito importante. Este valor desce para os 39% no segundo escalão,

mantendo-se relativamente igual no terceiro e quarto escalões, registando-se apenas uma ligeira subida para 41% e 41,5%, respectivamente. É no último escalão que menos se considera este factor, com 9,4% dos inquiridos a afirmar não tomar em consideração a opinião de familiares como fonte de informação no planeamento de viagens a destinos de Natureza.



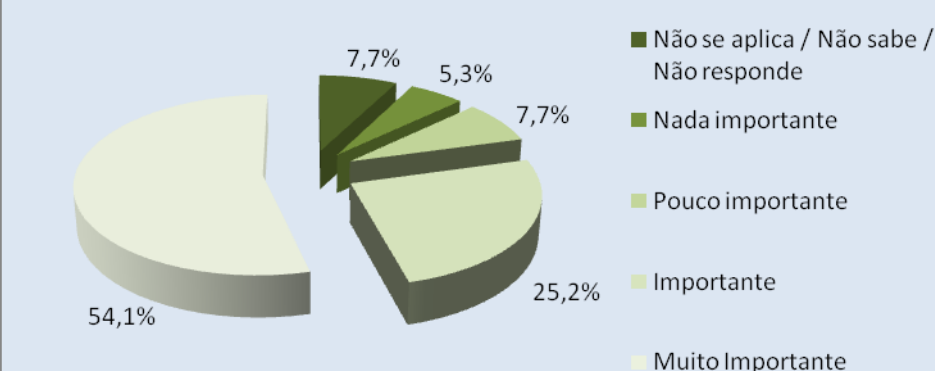
Vai ser entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário que vamos encontrar a proporção mais elevada de sujeitos que consideram os familiares como uma muito importante fonte de informação na selecção de um destino de Natureza. Este valor cai para os 38% entre licenciados, e para os 38,5% entre indivíduos com mestrado ou doutoramento. Vai ser entre estes que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que consideram o factor em análise nada importante (15,4%).

Gráfico 89.4 - Familiares/Situação Profissional

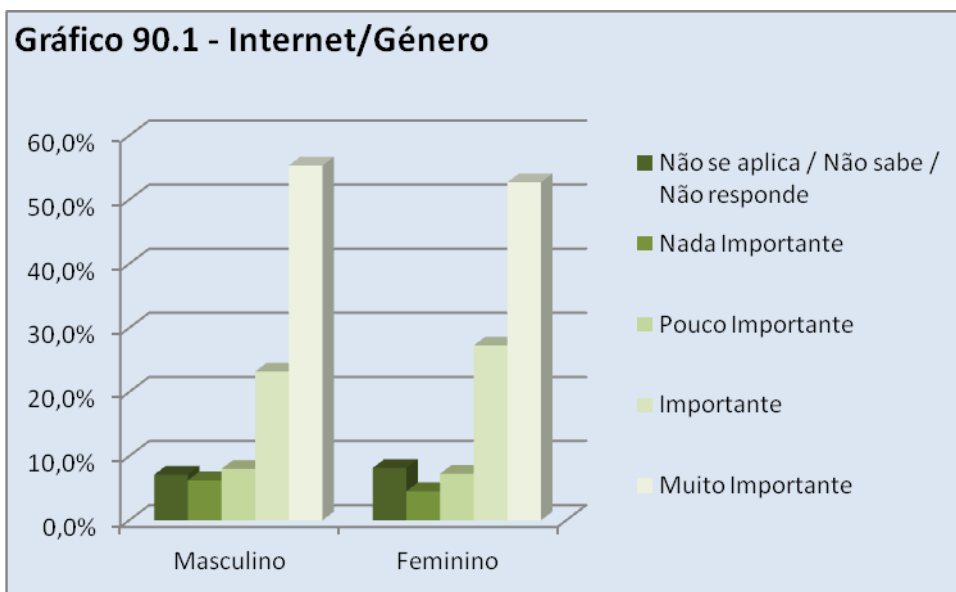


Embora seja o grupo profissional com mais baixa representatividade na amostra global, são os indivíduos em situação de desemprego que mais consideram os familiares como fonte de informação no planeamento de viagens a destinos de Natureza, seguidos pelos estudantes e reformados. Podemos ainda observar uma tendência idêntica entre os trabalhadores e os estudantes, relativamente ao crescimento das proporções com o aumento do nível de importância, sendo que são os estudantes quem maior importância atribui à informação vinda de familiares no planeamento de viagens à Natureza, com 56,3% dos inquiridos a considerar o factor muito importante.

Gráfico 90 - Internet

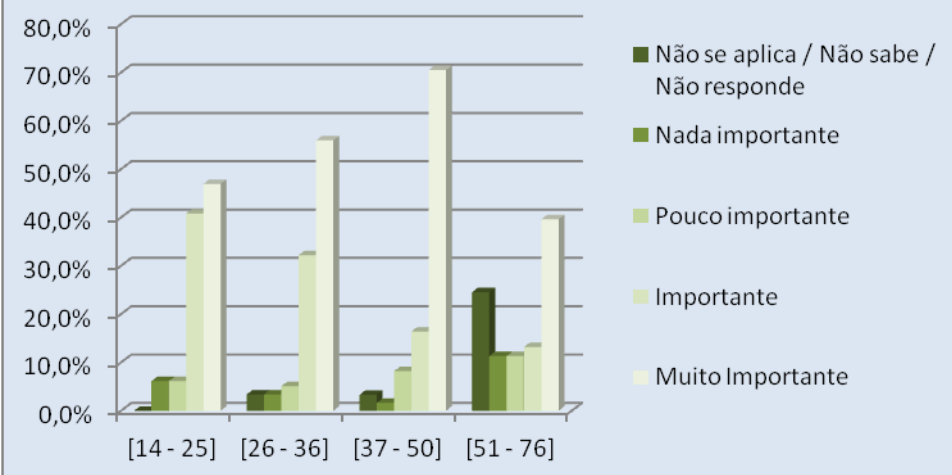


No Gráfico 81 podemos observar que 54,1% da amostra considera a Internet como fonte de informação muito importante no planeamento e na escolha do destino de viagem à Natureza. Temos depois 25,2% dos inquiridos a considerar este factor importante, 7,7% diz ser pouco importante, 5,3% considera não ser nada importante, e 7,7% afirma não procurar informações na internet sobre potenciais destinos de viagem.



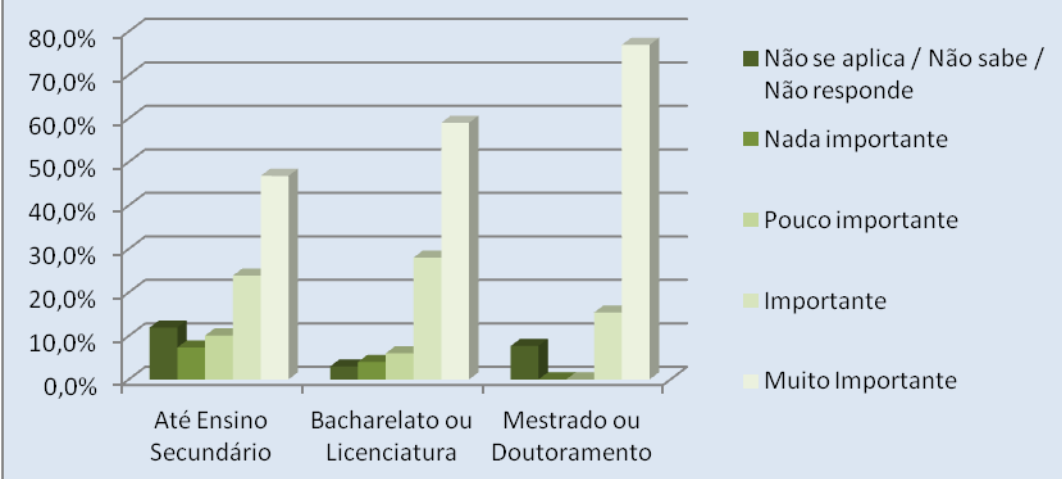
São os homens quem mais procura informação na internet sobre os destinos de Natureza no planeamento deste tipo de viagens, com 55,4% dos inquiridos a classificar o factor como muito importante, contra 52,7% das mulheres. De resto não se assinalam diferenças significativas ao nível da variável independente género.

Gráfico 90.2 - Internet/Escalão Etário

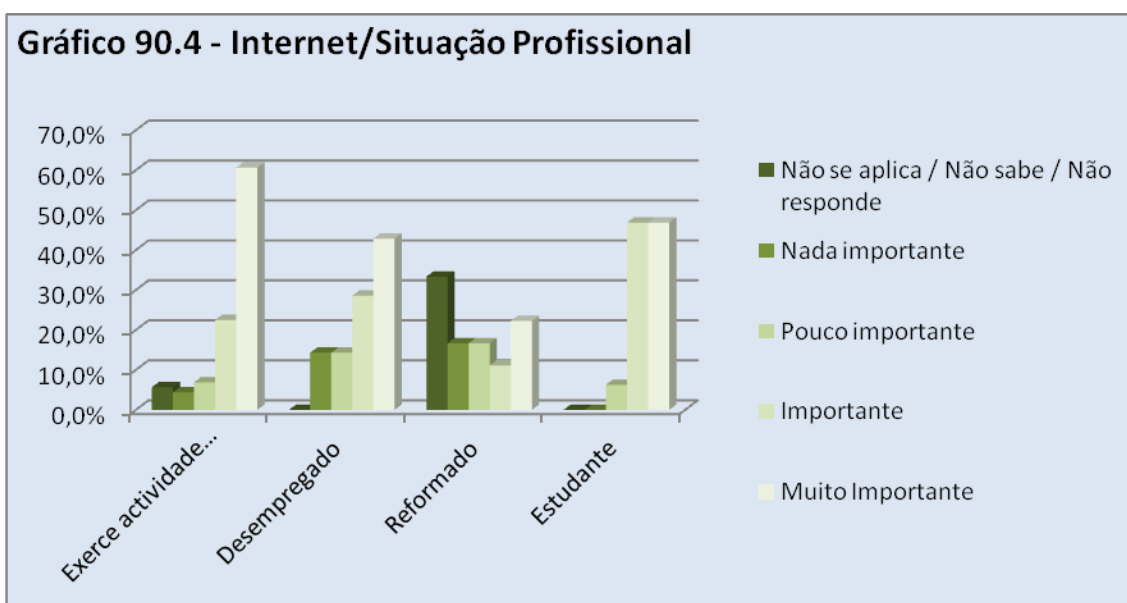


É entre os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos de idade que mais se usa a internet como veículo de informação acerca de potenciais destinos de viagem, com 70,5% dos inquiridos inseridos neste escalão a considerar o factor muito importante. É sem surpresa que observamos que são os sujeitos presentes no quarto escalão que menos consideram a internet no planeamento de viagens à Natureza, com 24,5% dos inquiridos a afirmar não considerar a internet no projecto das suas viagens a destinos de paisagem natural.

Gráfico 90.3 - Internet/Nível de Escolaridade

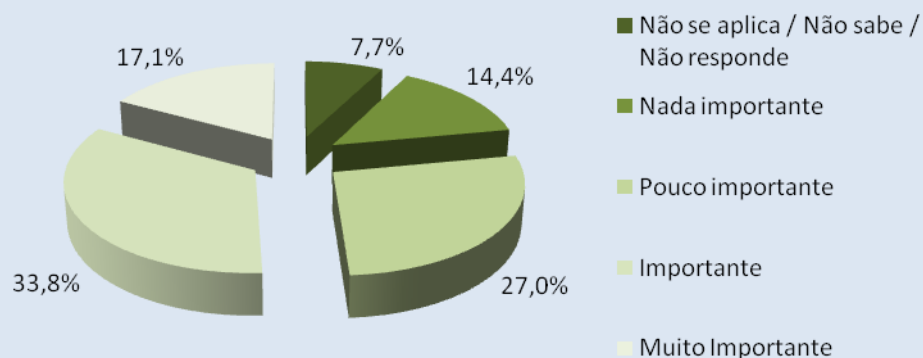


Como podemos observar através da análise do Gráfico 90.3, é entre os indivíduos com Mestrado e Doutoramento que mais importância se dá à internet no planeamento de viagens a destinos de Natureza, com 76,9% dos inquiridos a considerarem o factor muito importante. Este valor desce para os 59% entre licenciados, e para os 46,8% entre indivíduos com nível de escolaridade até ao ensino secundário. É ainda entre estes últimos que encontramos a proporção mais elevada de sujeitos que afirmam não considerar a internet como fonte de informação sobre eventuais destinos de Natureza (11,9%).



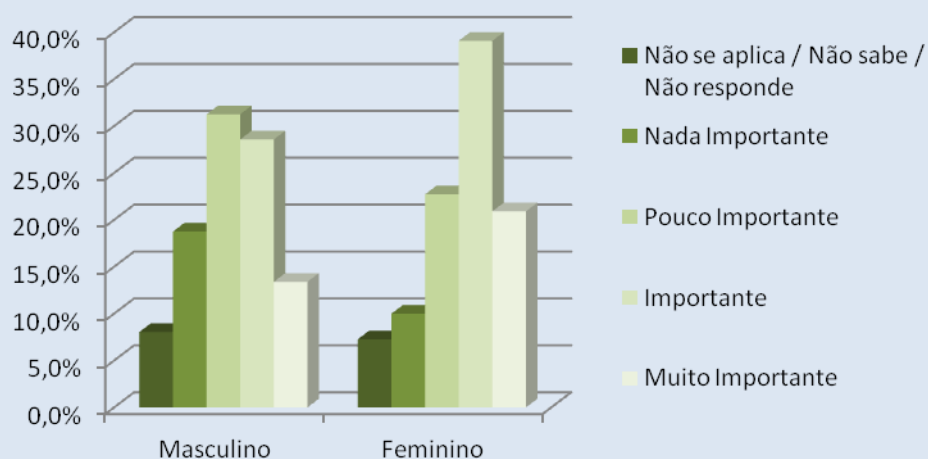
No Gráfico 90.4 observamos que é entre os sujeitos em actividade profissional que mais se privilegia a internet como veículo de informação sobre potenciais destinos de Natureza, com 60,6% do grupo a classificar o factor como muito importante. A este grupo seguem-se os estudantes e os indivíduos em situação de desemprego, 46,9% e 42,9% de cada conjunto, respectivamente, a atribuírem importância máxima à condição em análise. Como seria de esperar vai ser entre os indivíduos em situação de reforma que menos se procura a internet como fonte de informação no planeamento de viagens a destinos de Natureza.

Gráfico 91 - Programas de televisão/rádio



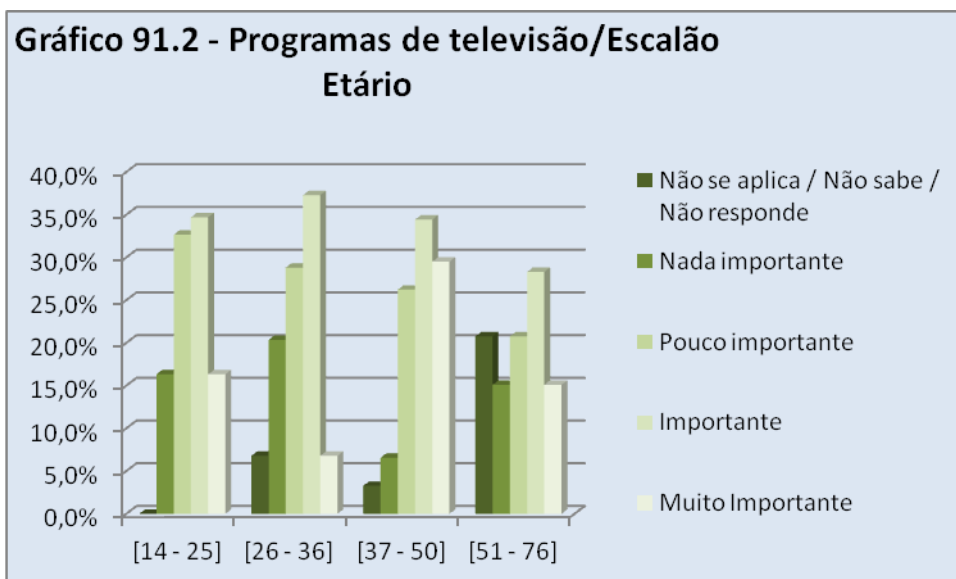
Programas de televisão e de rádio são considerados por apenas 17,1% da amostra como uma fonte de informação muito importante no planeamento de viagens a destinos de Natureza, com 33,8% dos inquiridos a considerar este factor importante. Temos depois que 27% da amostra classifica a condição em estudo como pouco importante, 14,4% diz não ser de todo importante, e 7,7% afirma não tomar em consideração informação transmitida em programas de televisão ou de rádio no planeamento de viagens a destinos de Natureza.

Gráfico 91.1 - Programas de televisão/Género



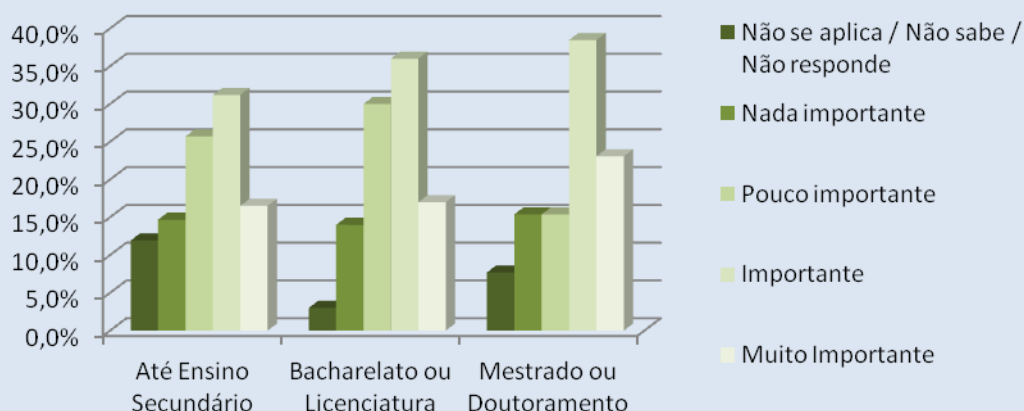
São claramente as mulheres quem maior importância atribui a informações adquiridas através de programas de televisão, aquando do planeamento de viagens à Natureza, com 20,9% das inquiridas a considerar muito importante, contra apenas 13,4% dos homens. Podemos ainda observar que entre os

indivíduos do género masculino, 31,3% dos inquiridos considera este factor pouco importante, 18,8% diz não ser importante de todo, e 8% afirma não tomar em consideração estímulos adquiridos através da televisão ou rádio.



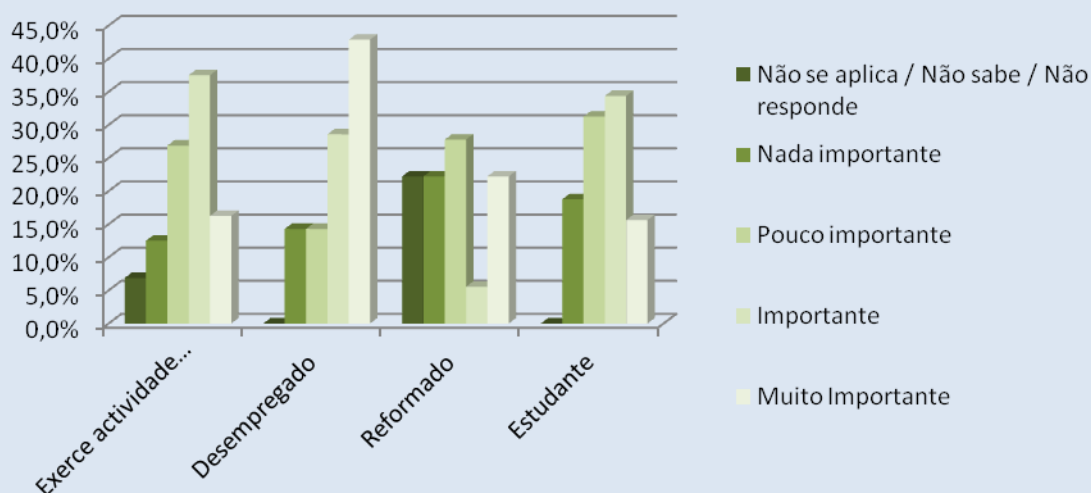
Como podemos observar no Gráfico 91.2, são os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos de idade (3º escalão), que maior importância se atribui aos conteúdos veiculados através da televisão e da rádio, no processo de planeamento de uma viagem com destino à Natureza. Curiosamente, vai ser no quarto escalão que este factor tem menor impacto, com mais de 20% dos inquiridos a afirmar não tomar em consideração informações transmitidas através de televisão ou rádio. Podemos ainda observar que é no grupo de indivíduos com idades compreendidas entre os 26 e os 36 anos que encontramos a proporção mais elevada de indivíduos que consideram este factor nada importante (20,3%).

Gráfico 91.3 - Programas de televisão/Nível de Escolaridade

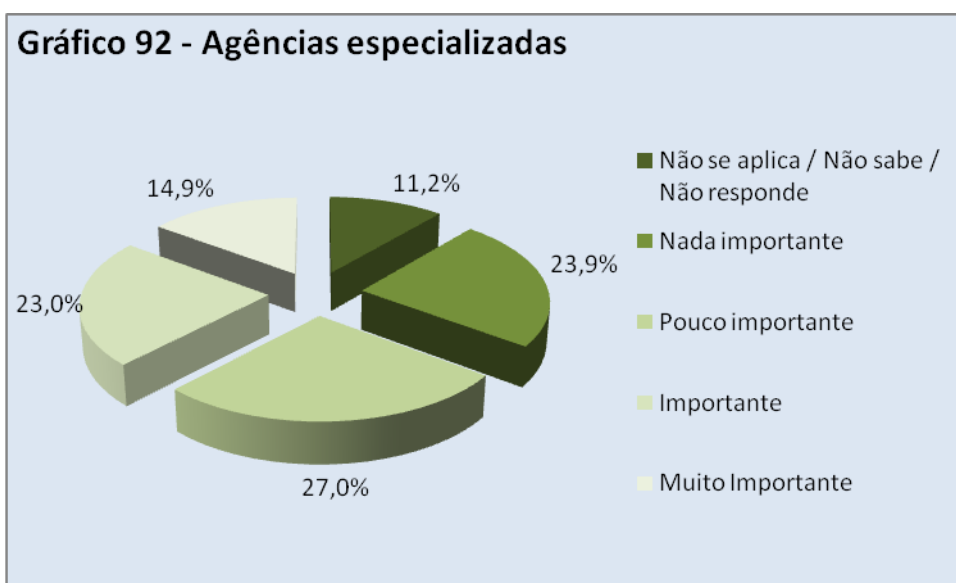


Embora não se verifiquem diferenças substanciais entre indivíduos com diferentes graus académicos relativamente à importância atribuída a informações transmitidas através de programas de televisão e de rádio no planeamento de viagens a destinos de Natureza, podemos observar que, em termos proporcionais, é entre os sujeitos com mestrado ou doutoramento que mais se considera a condição em estudo, com 23,1% dos inquiridos a considerar o factor muito importante. Vai ser entre os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino superior que este factor é menos considerado, com 11,9% dos inquiridos a afirmar não considerar programas de televisão no planeamento de viagens a destinos de Natureza.

Gráfico 91.4 - Programas de televisão/Situação Profissional

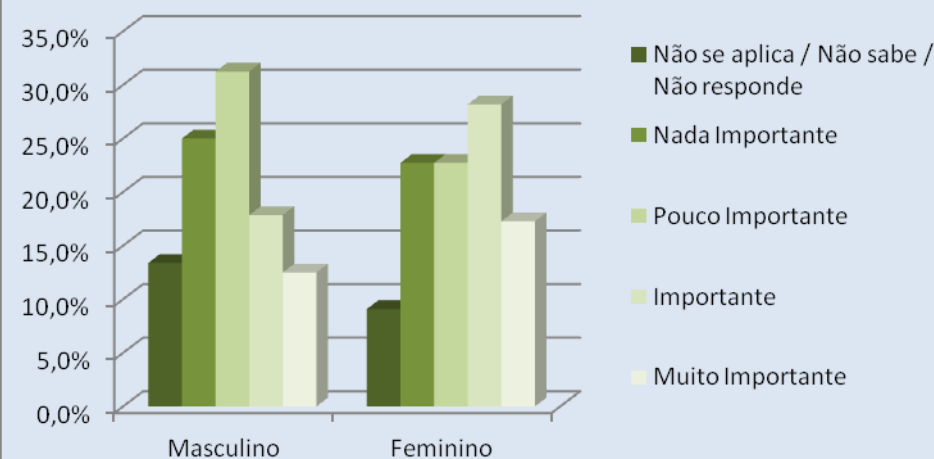


Tal como se sucede com a internet, são os indivíduos em situação de desemprego que mais consideram programas de rádio e de televisão no planeamento de viagens à Natureza, sendo uma vez mais entre os sujeitos em situação de reforma que menos importância se atribui à condição em análise. Podemos ainda estabelecer um paralelismo entre os indivíduos em actividade profissional e os estudantes, sendo que será entre estes que encontramos as proporções mais elevadas de indivíduos que consideram este factor pouco ou nada importante.



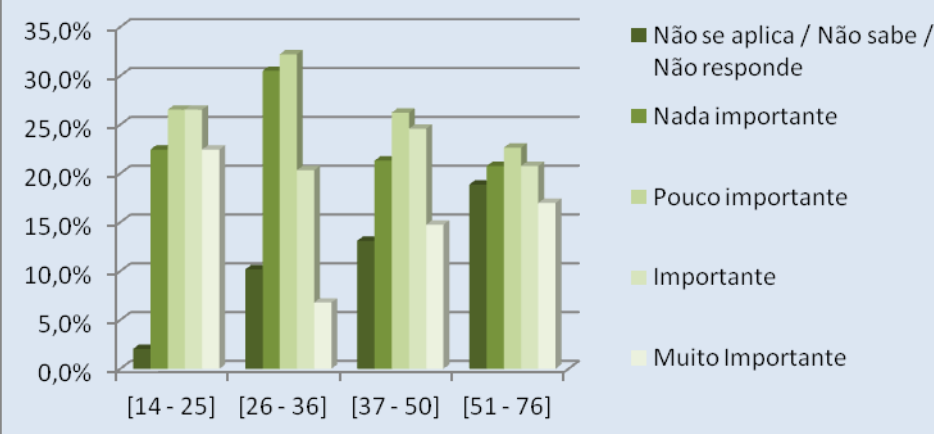
Um baixa percentagem de inquiridos (14,9%) considera a procura de informações em agências especializadas muito importante no planeamento de viagens à Natureza. Temos depois que 23% da amostra considera este factor importante, 27% diz ser pouco importante, 23,9% classifica como nada importante, e 11,2% afirma não considerar informações de agências especializadas no planeamento das suas viagens a destinos de paisagem natural.

Gráfico 92.1 - Agências especializadas/Género



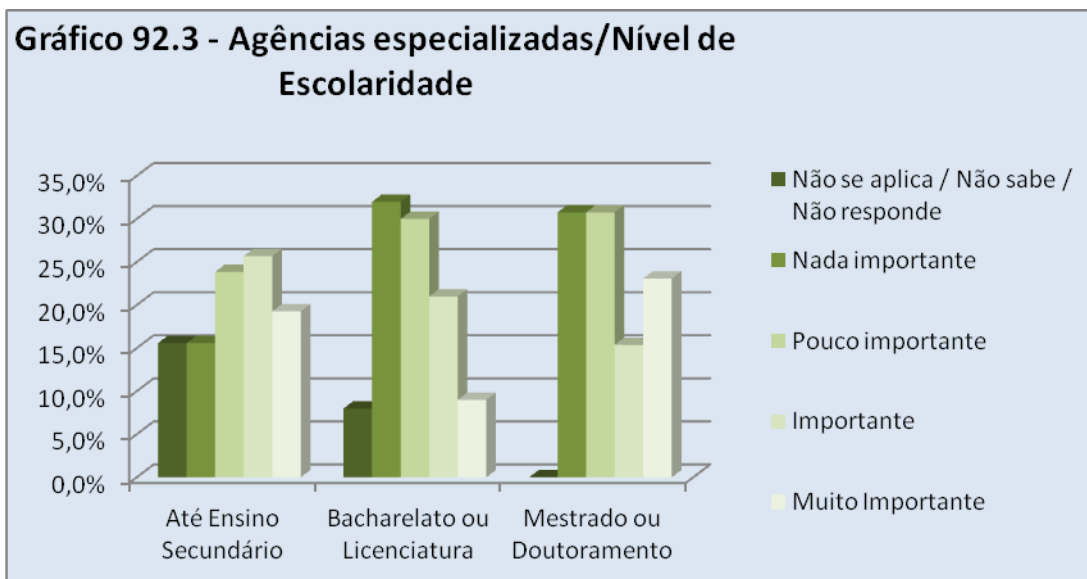
Como podemos observar pelo Gráfico 92.1, são as mulheres quem mais procura agências especializadas no planeamento de viagens a destinos de Natureza, com 17,3% das inquiridas a considerar o factor muito importante contra apenas 12,5% dos homens. É entre os últimos que encontramos as proporções mais elevadas dos que consideram esta condição pouco importante (31,3%), nada importante (25%), e que não tomam em consideração o factor em estudo (13,4%).

Gráfico 92.2 - Agências especializadas/Escalão Etário



É entre os mais jovens que mais se procura informações junto de agências especializadas, no planeamento de viagens a destinos de Natureza, com 22,4% dos inquiridos a considerar esta condição muito importante. Este valor baixa para os 6,8% no segundo escalão, subindo para os 14,8% no

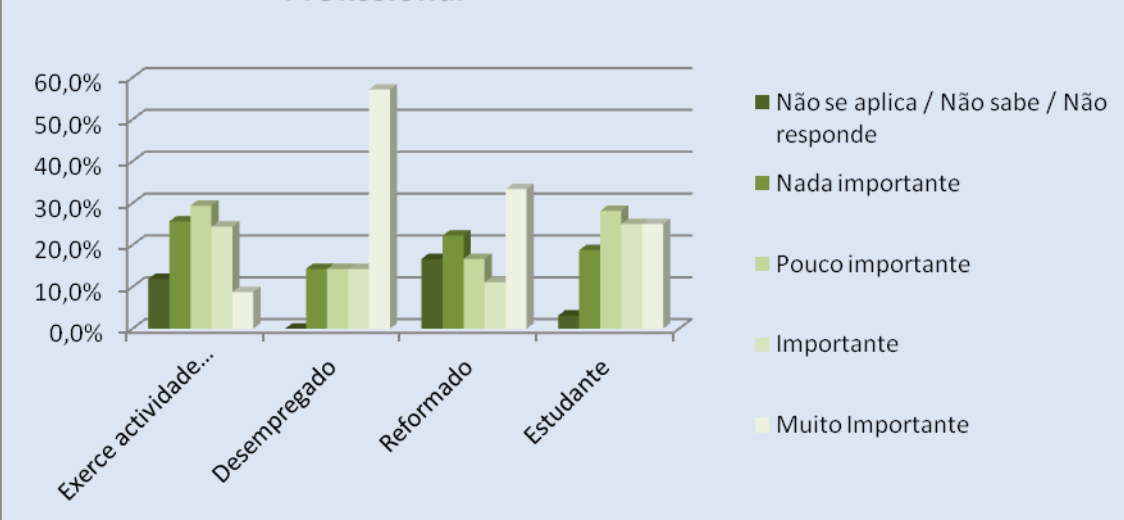
terceiro escalão, e para os 17% no quarto escalão. Verificamos ainda uma tendência para o crescimento das proporções de indivíduos que não consideram este factor com o aumento da idade da amostra, atingindo o seu ponto mais elevado no quarto escalão, representando 18,9% do grupo.



Analisando a mesma condição por nível de escolaridade, observamos que é entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento que se encontra a proporção mais elevada de sujeitos que classificam a informação de agências especializadas muito importante no planeamento de viagens a destinos de Natureza. Verificamos ainda que neste grupo, 61,2% da amostra considera este factor pouco ou nada importante. Vai ser entre os indivíduos licenciados que encontramos a percentagem mais elevada de inquiridos a classificarem a condição em estudo nada importante (32%), sendo igualmente neste grupo que encontramos a mais baixa proporção de sujeitos a atribuir classificação máxima à informação proveniente de agências especializadas.

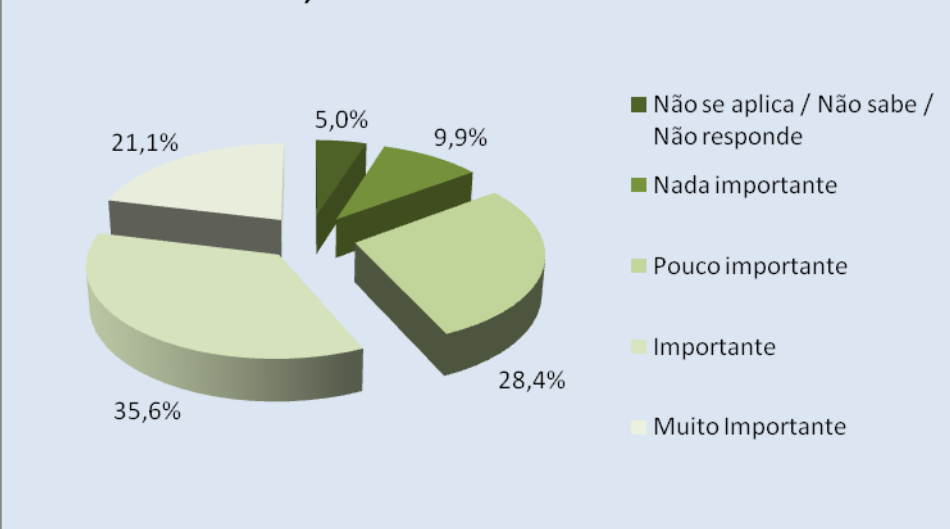
Observa-se ainda que é no grupo de indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino superior que menos se considera este factor, com 15,6% dos inquiridos a afirmar não consultar agências especializadas no planeamento de viagens a destinos de Natureza.

Gráfico 92.4 - Agências especializadas/Situação Profissional

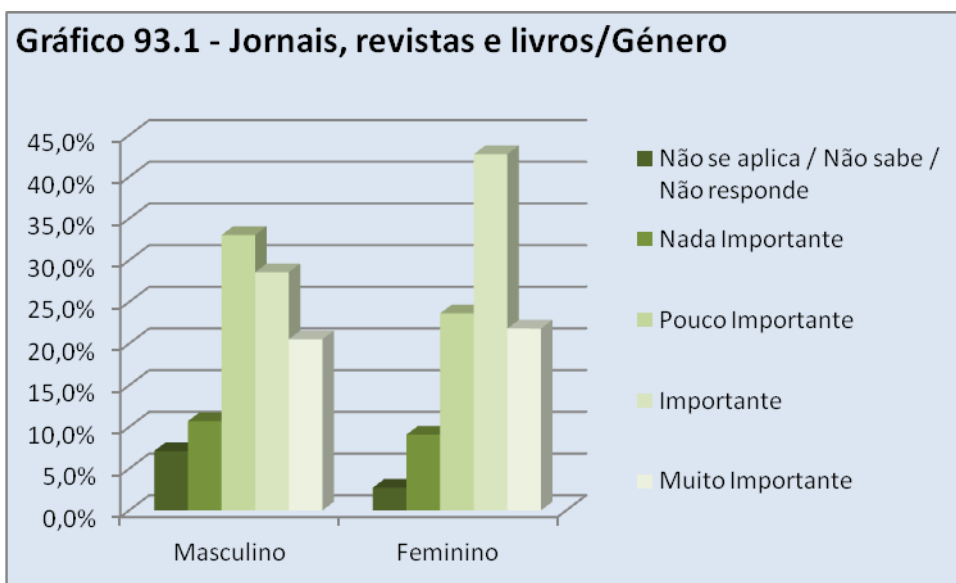


Como se pode observar através da análise do Gráfico 92.4, é entre reformados e indivíduos em actividade profissional que menos importância se atribui à procura de informações sobre potenciais destinos de Natureza junto de agências especializadas, com 16,7% e 11,9% da cada grupo, respectivamente, a afirmar não tomar em consideração este factor. Podemos ainda observar que, depois dos indivíduos em situação de desemprego, é entre os reformados que encontramos a percentagem mais elevada de sujeitos que atribuem importância máxima a este factor (33,3%). Já entre os estudantes, podemos constatar que metade da amostra considera a condição em análise importante ou muito importante.

Gráfico 93 - Jornais, revistas e livros

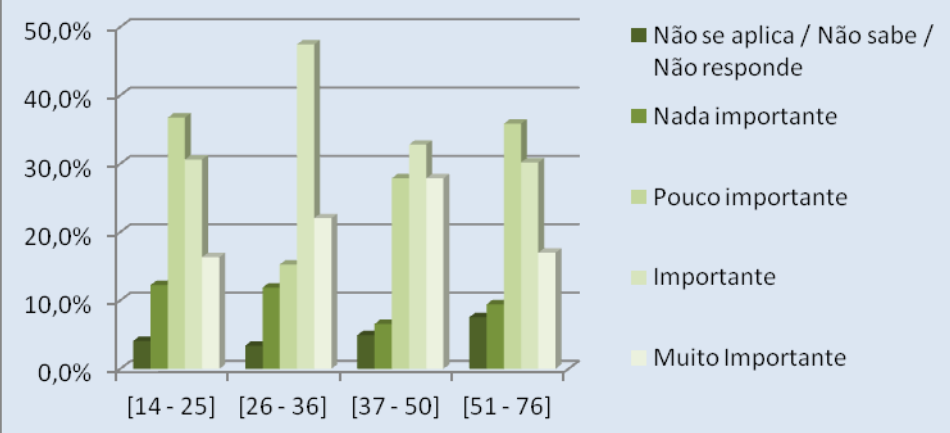


A informação retirada de jornais, revistas e livros é considerada por 21,1% da amostra muito importante no planeamento da viagem e na selecção de um destino de Natureza. Temos depois que 35% dos inquiridos considera este factor importante, 28,4% diz ser pouco importante, 9,9% considera nada importante, e apenas 5% da amostra global afirma não tomar em consideração a informação veiculada através de jornais, revistas e livros.



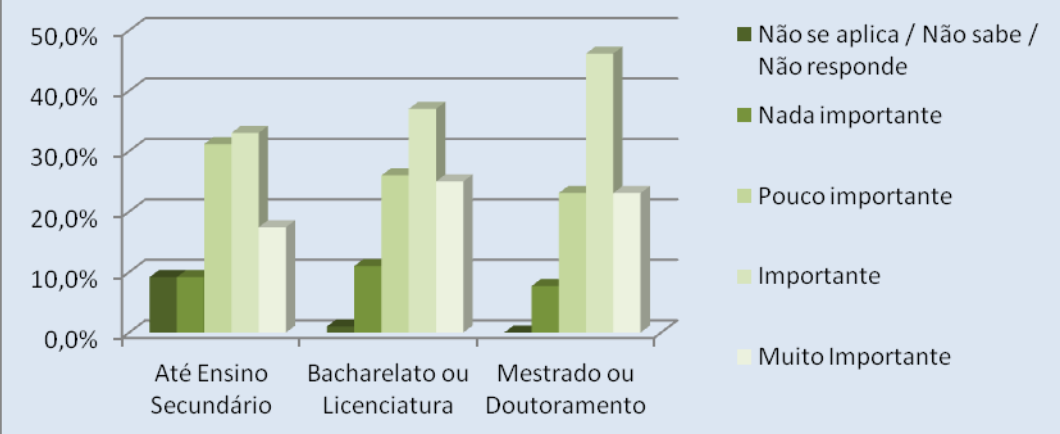
Como podemos observar no Gráfico 93.1, é entre as mulheres que se atribui maior importância à informação transmitida em jornais, revistas e livros, com 42,7% das inquiridas a considerar este factor importante, e 21,8% a atribuir uma classificação de muito importante, no planeamento de viagens a destinos de Natureza. Podemos ainda observar que mais 30% dos homens classifica este veículo de informação pouco importante.

Gráfico 93.2 - Jornais, revistas e livros/Escalão Etário



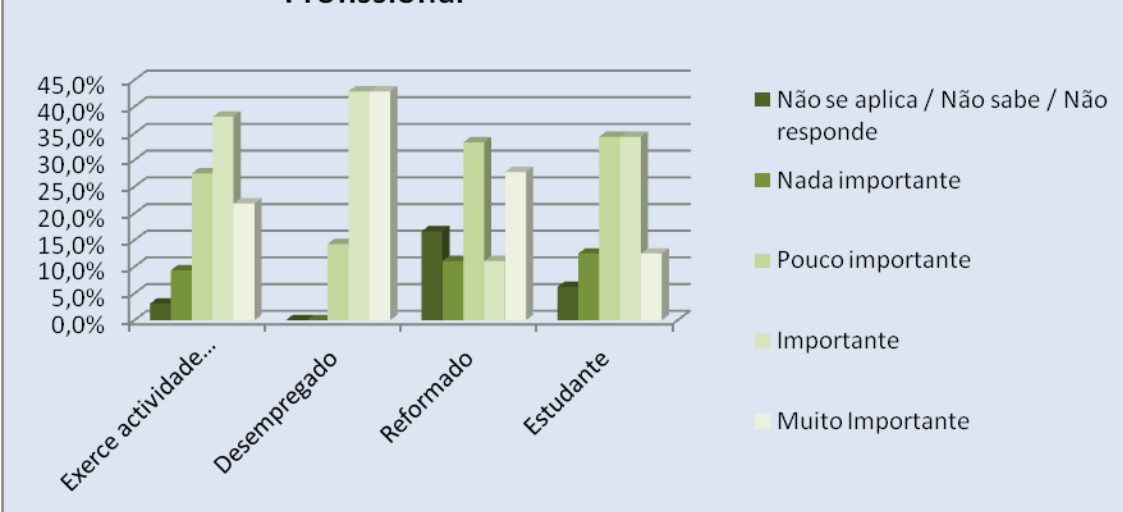
Podemos observar, através da análise do Gráfico 93.2, uma tendência do crescimento da proporção de indivíduos que consideram este factor muito importante, por escalão etário, sendo que do terceiro para o quarto escalão, se regista uma descida desta proporção. Temos assim que são os indivíduos com idades compreendidas entre os 37 e os 50 anos de idade quem maior importância atribui à informação retirada de jornais, revistas e livros, no planeamento de viagens à Natureza, com 27,9% dos inquiridos a considerar o factor muito importante. É entre os indivíduos do quarto escalão que menos se considera este factor, com 7,5% dos inquiridos a afirmar que não tomam em consideração informações de jornais, revistas e livros.

Gráfico 93.3 - Jornais, revistas e livros/Nível de Escolaridade



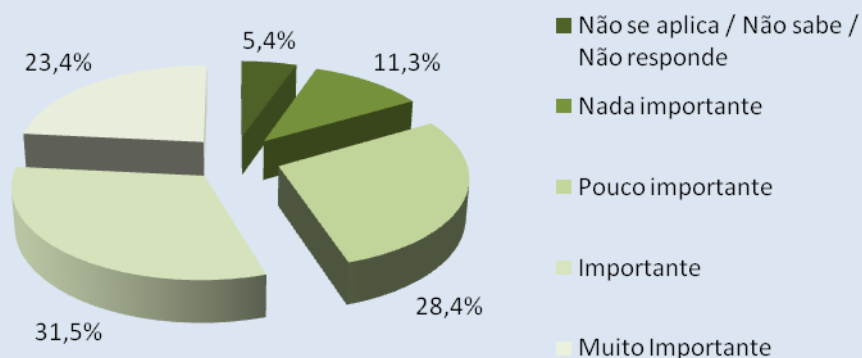
É entre licenciados que mais se consideram jornais, revistas e livros como fonte de informação no planeamento de viagens à natureza, com 25% dos inquiridos a considerar este factor muito importante. Vai ser entre os indivíduos com nível de escolaridade completo até ao ensino superior que este factor menos pesa, com 9,2% da amostra a considerar o factor nada importante, e 9,2% dos inquiridos a afirmar não considerar de todo este factor.

Gráfico 93.4 - Jornais, revistas e livros/Situação Profissional



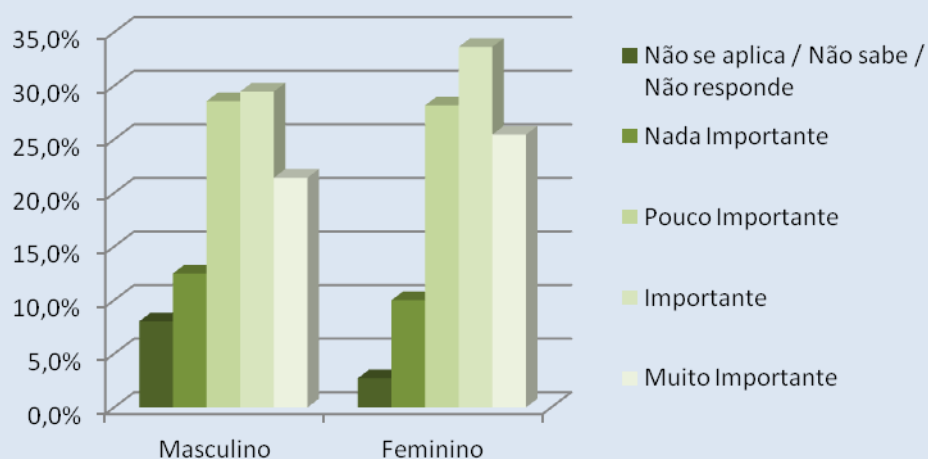
É entre reformados e estudantes que menos se considera a informação de jornais, revistas e livros no planeamento de viagens à Natureza com 16,7% e 6,3% dos inquiridos, respectivamente, a não considerar o factor no momento de tomada de decisão. Vemos ainda que é entre reformados e desempregados que mais se prezam as informações veiculadas nos meios de comunicação citados, com 42,9% e 27,8% dos inquiridos, respectivamente, a considerar o factor muito importante. Podemos ainda observar que entre os indivíduos em actividade profissional é mais elevada a proporção de sujeitos que consideram este factor pouco importante, do que a proporção de indivíduos que o classificam como muito importante.

Gráfico 94 - Folhetos informativos



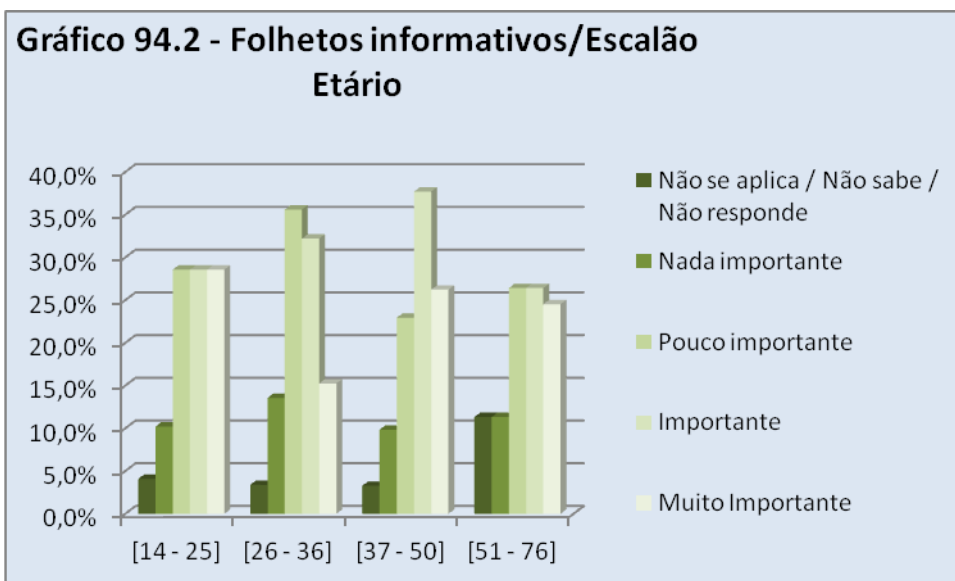
Podemos observar no Gráfico 94 que 23,4% dos inquiridos considera a informação divulgada através de folhetos informativos muito importante no planeamento de viagens a destinos de Natureza. Temos depois que 31,5% da amostra considera este factor importante, 28,4% diz ser pouco importante, 11,3% considera nada importante, e apenas 5,4% dos inquiridos afirma não tomar em consideração informação em folhetos no planeamento de viagens à Natureza.

Gráfico 94.1 - Folhetos informativos/Género

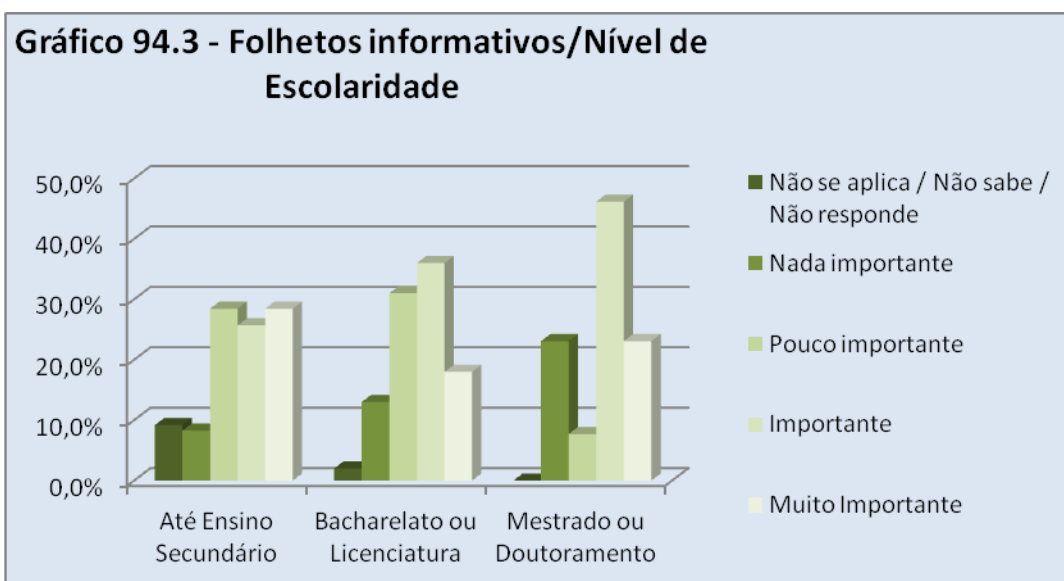


São mais uma vez as mulheres quem mais procura informações em folhetos informativos, com 25,5% destas a considerar o factor muito importante, contra 21,4% dos homens. Observamos ainda que é entre os indivíduos do género

masculino que menos se considera este factor, com 8% dos inquiridos a afirmar não considerar o factor, e 12,5% a considerá-lo nada importante.

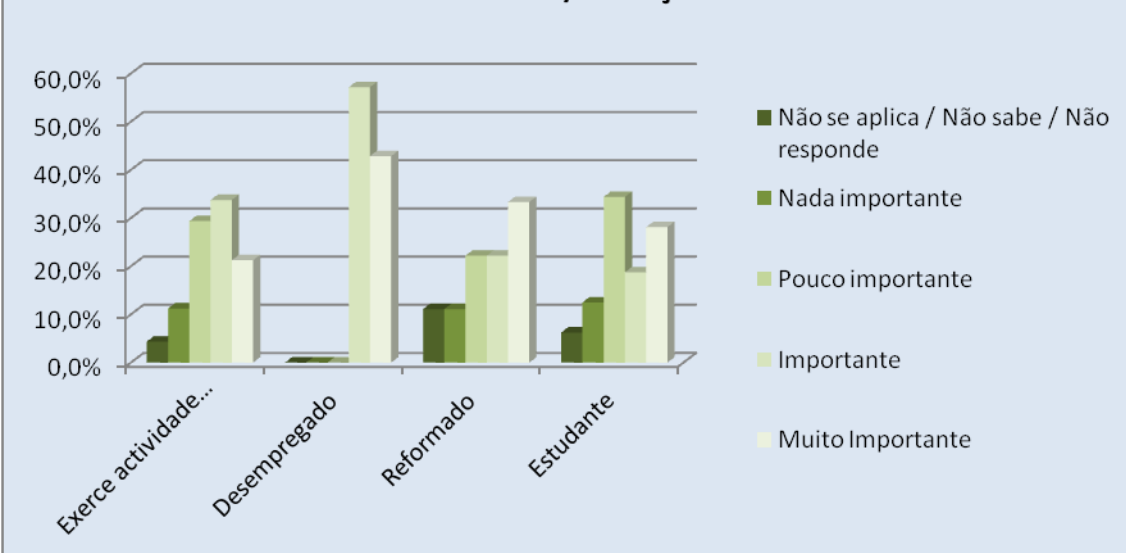


Como podemos observar pelo Gráfico 94.2, é entre a porção mais jovem da amostra que mais se considera a informação veiculada por folhetos informativos no planeamento de viagens a destinos de Natureza, com 28,6% dos inquiridos a classificar a condição como muito importante. Este valor desce para os 15,3% no segundo escalão, voltando a subir para os 26,2% no terceiro escalão, e voltando a descer para os 24,5% no quarto escalão. É neste que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que não tomam em consideração este factor (11,3%).



Como se pode observar pela análise do Gráfico 94.3, são os indivíduos com um nível de escolaridade completo até ao ensino secundário quem mais considera a informação de folhetos, com 28,4% dos inquiridos a classificar o factor de muito importante. Este valor desce para os 18% entre os licenciados, subindo para os 23,1% entre os indivíduos com mestrado ou doutoramento. É entre estes que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que consideram o factor em estudo nada importante (23,1%). Podemos ainda observar que é entre os sujeitos com nível de escolaridade mais baixo que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que não tomam em consideração a informação veiculada por folhetos informativos (9,2%).

Gráfico 94.4 - Folhetos informativos/Situação Profissional



Como se pode observar pelo Gráfico 94.4, é entre indivíduos em situação de desemprego e em situação de reforma que mais se procuram informações em folhetos, no planeamento de viagens a destinos de Natureza, com 42,9% dos desempregados, e 33,3% dos reformados a atribuir importância máxima a este factor. Seguem-se os estudantes, com 28,1%, e por fim, os indivíduos em actividade profissional, com 21,3%, a considerarem o factor muito importante. Vai ser entre os reformados que encontramos a percentagem mais elevada de indivíduos que não consideram este factor no planeamento das suas viagens á Natureza (11,1%), sendo que é entre os estudantes que encontramos a proporção mais elevada de inquiridos que atribuem importância mínima à informação veiculada em folhetos informativos (12,5%).

4. Conclusões

Em tempos de grave crise económico-financeira, partimos para esta investigação com uma visão de uma oportunidade relativamente a um potencial turístico dificilmente igualável em Portugal.

Construída na bacia hidrográfica do Rio Guadiana e situada entre os distritos de Évora e Beja, a albufeira da Barragem do Alqueva é actualmente o maior lago artificial da comunidade europeia. Com cerca de 1200 km de margem, dependendo do nível da água, o Grande Lago estende-se por 83 km ao longo dos concelhos de Moura, Mourão, Portel, Reguengos de Monsaraz e Alandroal, dentro dos distritos de Évora e Beja.

Como já tivemos oportunidade de abordar, esta é uma região rica em património de elevado interesse histórico-cultural, potenciador da criação de vários pólos de atracção turística em todo o seu território, nos segmentos de Turismo de Natureza e Turismo Rural. Neste contexto, as características geográficas da região, e da albufeira em si, abrem uma janela de oportunidades para a exploração de um novo segmento turístico, o Turismo Desportivo, nas diversificadas vertentes.

Foi com este enquadramento que avançámos para estudo do perfil do consumidor de Turismo de Natureza na Barragem do Alqueva. Foi criado um questionário universal, que aborda as características da amostra, motivações, gastos, preferências relativamente a alojamento e alimentação, fontes de informação, e um conjunto de 42 actividades turísticas, subdivididas em 22 actividades de carácter físico e desportivo e 20 actividades de cariz sócio-cultural, que nos permitiu estudar e caracterizar exaustivamente a procura turística no maior lago artificial da União Europeia.

A recolha de dados foi realizada entre os meses de Junho e Setembro durante 2 anos (2010 e 2011), nos Postos de Turismo de Reguengos de Monsaraz e de Monsaraz, nas piscinas municipais de Moura, e na Marina da Amieira. Foi construída uma base de dados utilizando o programa estatístico *PASW* versão 18, tendo ainda sido usado, para tratamento de dados e de

acordo com as necessidades gráficas, socorremo-nos da última versão do *MS Excel*.

Agregámos uma amostra de 222 inquiridos com idades compreendidas entre os 14 e os 76 anos, com a média de idades a situar-se nos 38 anos, sendo que 50,5% representantes do género masculino. Como tivemos oportunidade de abordar, este dado é extremamente representativo do tipo de Turista que visita a região do Alqueva, viajando por norma em grupos equilibrados de familiares e/ou amigos. Podemos ainda observar a elevada percentagem de indivíduos casados que visitaram a região durante o estudo, representando 47,7% da amostra.

Relativamente à situação profissional, podemos observar que mais de 70% dos inquiridos se encontra em actividade, sendo que 8,1% se encontra em situação de reforma, 14,4% são estudantes, e apenas 3,2% se encontra em situação de desemprego.

O nível de escolaridade da amostra pode ser considerado bastante elevado, com mais de 50% dos inquiridos a possuir o grau de licenciado ou superior, em comparação com dados dos censos 2001, em que apenas 11,3% da população portuguesa possuía o nível de bacharel ou superior.

Foi igualmente abordada a prática semanal de actividade física da amostra. Cerca de um quarto dos inquiridos evidenciou uma prática activa, mais de 3 vezes por semana. O destaque pela negativa vai para o facto de 23,4% da amostra revelar não praticar qualquer tipo de actividade física. Podemos ainda observar que este grupo tende a ganhar predominância à medida que a idade avança.

Relativamente à frequência anual de viagens para destinos de Natureza, podemos observar que 47,7% dos inquiridos afirma viajar, por norma, mais de 4 vezes por ano para zonas de paisagem natural. Verificamos igualmente que pouco mais de 31% dos turistas viaja apenas uma ou duas vezes por ano, sendo que apenas 21% viaja entre 3 e 4 vezes. Observa-se ainda que é entre os indivíduos com grau de mestrado ou doutoramento que encontramos a proporção mais elevada de inquiridos a viajar 2 vezes por ano para locais de

Natureza, sendo que entre estes, mais de 53% prolonga a sua estadia por apenas 2 noites.

A duração da viagem foi igualmente alvo de estudo, sendo observável uma clara preferência da amostra pela estadia de 2 noites por viagem. Constatamos igualmente que apenas 7,7% dos inquiridos não pernoita durante as suas viagens, sendo que cerca de 21% da amostra prolonga a sua estadia por 4 ou mais noites. Neste contexto, observamos que é entre indivíduos casados e divorciados que mais se tende a prolongar a estadia por viagem. Foi-nos ainda possível determinar que é entre os indivíduos que viajam 2 vezes por ano para locais de Natureza que maior tendência se tem para estender a permanência num destino.

Foi pedido aos inquiridos que seleccionassem as suas preferências em termos de alojamento, sendo dadas várias opções de escolha com a particularidade de ser dada a opção de se seleccionar mais do que uma opção. Temos assim que Hotéis de 3 e 4 Estrelas reuniram a preferência de 37,4% dos inquiridos, seguindo-se as casas de familiares ou amigos, preferidas por 34,2% da amostra, e finalmente os alojamentos de Turismo Rural que atraem 30,2% dos turistas que pernoitam na região. Dos 8,1% que escolheram a opção “outro”, destacamos o considerável número de sujeitos que pernoitam em casa própria.

Devemos igualmente destacar a percentagem de 17,6% dos inquiridos que escolhem parques de campismo para pernoitar durante as suas viagens a destinos de Natureza. Das 1200 camas que representam a população que dá significância à amostra de 222 indivíduos, 50 são do único parque de campismo na albufeira do Alqueva (1200 km de margem), o que representa apenas 4,2% do número total de oferta de hospedagem, claramente abaixo da procura por este tipo de alojamento. Observamos ainda que é entre os mais jovens que mais se procura casa de familiares ou amigos para pernoitar durante viagens a zonas de paisagem natural, sendo entre os sujeitos com idades mais avançadas que mais se tende a pernoitar em Hotéis de 3 e 4 estrelas. Parece assim, que à medida que a idade avança se procura maior conforto ao nível da pernoita.

Relativamente aos gastos em alojamento observa-se que 21,2% da amostra gasta entre 20 e 30€ por noite, sendo que 18% gasta entre 30 e 40€, e 17,1% gasta entre 10 e 20€. Podemos assim constatar que é entre a porção da amostra com idade mais avançada que se tende a gastar mais em alojamento, consequência possível da procura ou necessidade de mais e melhores condições de conforto. Observa-se igualmente que são os sujeitos que viajam apenas 2 vezes por ano que mais tendem a gastar. No entanto, observados os gastos em alojamento pela duração das viagens, observa-se que é entre os sujeitos que prolongam a sua estadia por mais de 5 noites que encontramos a proporção mais elevada de sujeitos que despendem mais de 70€ por noite em alojamento.

Em termos de alimentação verifica-se uma clara preferência da amostra pela gastronomia típica aquando das suas viagens a destinos de Natureza. Esta preferência é transversal aos principais grupos da amostra, sendo ainda visível, entre a porção mais jovem, uma ligeira propensão a escolher como alternativas refeições rápidas ou refeições baratas. Verificamos igualmente que cerca de 55% dos inquiridos gasta entre 10 e 20€ por refeição, sendo que são os mais jovens os mais comeditos nos gastos.

Relativamente às motivações dividimos a questão em três partes, de acordo com a construção do questionário: (1) Motivações da viagem à Natureza; (2) Motivações da selecção do destino; (3) Importância das características do destino; tendo sido pedido ao turista que classificasse entre 0 e 4, de “nada importante” a “muito importante”, cada motivação de acordo com as suas preferências.

Na primeira parte foi possível observar que três das quatro principais motivações que levam os turistas a optarem por destinos de Natureza se prendem com a Natureza em si mesma. Ordenando as motivações pela percentagem de indivíduos que consideraram muito importante temos assim que a principal motivação para se viajar para zonas de Natureza se prende com a tranquilidade que a Natureza transmite, seguida de muito perto pela beleza das paisagens naturais. O relaxamento que só a Natureza permite e a abstracção aos problemas do quotidiano completam as quatro principais

motivações da amostra para viajar para destinos de paisagem natural. No extremo oposto encontramos a prática de desporto e a apreciação de fauna e flora. Este dado indica-nos que grande parte da amostra poderá incorrer em práticas de turismo passivo/desporto complementar, não sendo a prática desportiva uma das principais motivações para viajar para destino de Natureza.

Na segunda parte foi possível constatar que apenas uma das quatro principais motivações da selecção do destino se prende com a Natureza. Temos assim que 66,7% dos inquiridos considera muito importante a beleza das paisagens naturais no momento da tomada de decisão. O relaxamento que o destino permite, a proximidade de zonas húmidas e as características do clima da região completam o quadro das principais motivações inerentes à tomada de decisão do destino de viagem. Em oposição verificamos que, mais uma vez, a oferta de prática de desportos de Natureza se encontra entre as motivações menos relevantes na selecção do destino. A par desta, encontramos igualmente a realização de um evento especial e a existência de estruturas de apoio próximas, como centros de saúde, farmácias, mercearias, etc.

Sobre as características do destino observamos que mais uma vez a paisagem assume um papel de relevo na tomada de decisão do turista com cerca de 60% dos indivíduos a considerar um factor muito importante. Completam o quadro das motivações o clima, os custos inerentes ao destino, e a gastronomia local. Entre as características menos relevantes destacam-se a realização de eventos e a oferta de diversão nocturna.

Para análise das 42 actividades foi criado um modelo com base na criação de uma matriz de integração das actividades dos viajantes, distribuídas no eixo das abcissas de acordo com as preferências da amostra ($n = 222$), ordenadas de forma descendente. Através da análise da ligação dos viajantes a 22 actividades físicas e desportivas e 20 actividades sócio-culturais previamente eleitas, determinamos, com base nas definições apresentadas, as características da procura de actividades turísticas na zona em estudo.

Foi mais uma vez solicitado aos inquiridos que classificassem as actividades pelo mesmo sistema definido para as motivações, sendo que aquando da integração dos dados na matriz foi imputada uma cor, de acordo com o valor atribuído à actividade, neste caso em degradações de verde, que permitiu automaticamente avaliar as necessidades dos consumidores de produtos turísticos da região em estudo, numa perspectiva integrada e global, bem como analisar desvios e identificar oportunidades.

Para tal, definimos um perfil global ordenando as actividades por preferências da amostra global, e comparamos esses resultados com os vários grupos estudados.

Entendemos por desvios passíveis de ser mencionados uma variação de 10% (0,4 no modelo) relativamente às preferências eleitas pela generalidade da amostra. Verificamos que os principais desvios, de um modo global, se verificaram na procura de actividades de carácter físico e desportivo, entre os indivíduos presentes no primeiro e no quarto escalões etários, nos indivíduos com grau de mestrado ou doutoramento, nos indivíduos em situação de reforma (embora tenhamos concluído que a situação profissional poderá por si só não ser explicativa dos desvios encontrados), nos indivíduos que viajam 4 vezes por ano para destinos de Natureza, e nos indivíduos que prolongam a sua estadia 4 noites por viagem.

Relativamente à procura de actividades de cariz sócio-cultural os desvios encontrados foram pontuais não se estendendo à globalidade de nenhum um grupo em estudo.

Em termos globais, as actividades físicas e desportivas mais procuradas são os passeios a pé/pedestrianismo, a natação, actividades de cariz físico no geral, e a canoagem. Em oposição encontramos o balonismo, a asa-delta, a caça e o parapente. No grupo das actividades sócio-culturais temos o relaxar na Natureza, actividades balneares, interacção com o ambiente local e a visita a locais de interesse histórico como as actividades que reúnem mais preferências entre os inquiridos, encontrando-se no extremo oposto actividades termais, visita a locais de diversão nocturna, compra de lembranças e participação em eventos locais.

Foram ainda estudadas as fontes de informação preferenciais da amostra na escolha do destino de viagem. Podemos assim observar que em primeiro lugar, a maioria dos turistas procura informar-se junto de amigos, surgindo de seguida a internet como segunda fonte de informação preferencial, os familiares como terceira método de recolha de informações, seguindo-se os panfletos e os folhetos informativos. De relevar aqui a preferência da amostra por informações recolhidas na internet sobre a via familiar.

Embora seja gratificante chegar com sucesso ao final de um estudo desta dimensão é conveniente referir que este não passou sem algumas dificuldades. A principal prendeu-se talvez com alguma resistência por parte de potenciais inquiridos em participar num estudo que envolve o preenchimento de um questionário relativamente extenso, durante o seu período de descanso/férias. Consideramos ainda assim, que o facto de termos alcançado um $n=222$ durante o período de Verão dos anos 2010 e 2011, um excelente resultado para o trabalho em causa.

Neste ponto acreditamos que haja dois caminhos lógicos e independentes que podem ser seguidos em investigações futuras. Um estudo sobre a oferta turística na região parece natural a este ponto, no sentido de se averiguar se a oferta estará de acordo com a procura de produtos turísticos na Barragem do Alqueva.

No entanto, parece-nos igualmente interessante, e relevamos o facto do presente estudo ter sido pensado, durante a sua concepção para o efeito, a realização de estudos comparativos noutras regiões do país, no sentido de investigar o perfil do consumidor de cada região. Outra hipótese interessante, deixada em aberto pela concepção do questionário, poderá ser o estudo da procura de Turismo de Natureza por residentes nos grandes centros urbanos.

De acordo com dados do Turismo de Portugal, Espanha foi o maior mercado emissor de turismo para Portugal nos primeiros 8 meses do ano de 2009, superando a Alemanha em igual período de 2008.

Portugal é um dos mais antigos países da Europa, tendo a sua independência sido reconhecida em 1146 pelo tratado de Zamora. As fronteiras

de Portugal ficaram totalmente definidas nos anos de 1249 e 1250, quando D. Afonso III conquistou o Algarve. Antes da reconquista cristã e da ocupação muçulmana, a região que cabe nas fronteiras de Portugal tinha sido ocupada por Romanos, Celtas, Iberos, Lusitanos e por povos pré históricos, que ao longo do tempo foram deixando a sua marca na cultura e na paisagem do nosso país, como tivemos oportunidade de referir no ponto da revisão da literatura referente à Região Interior Este Alentejana.

Nesta sequência, acreditamos que seria proveitoso uma aposta em diferentes mercados emissores para além dos mercados europeus (da União Europeia), apesar da facilidade de circulação que estes gozam dentro da comunidade. A maioria dos países europeus apresenta características histórico-culturais idênticas a Portugal com uma grande variedade de lugares históricos e monumentos que potenciam a atracção de turistas de todo o mundo.

Seria assim uma forma de maximizar o potencial histórico e paisagístico do Alentejo a divulgação de programas turísticos em países mais recentes, como Estados Unidos da América (fundado em 1776) ou Austrália (fundado em 1901), com elevado poder de compra e sem a riqueza histórica do nosso país. Estes são apenas alguns exemplos de países que poderiam potenciar e alavancar o Turismo de Natureza nas regiões tratadas pelo presente trabalho uma vez que, dadas as características já abordadas, seria possível aliar o convívio com os bens naturais com a visita a lugares históricos e monumentos que ajudaram a moldar as fronteiras de Portugal e do Mundo⁴¹.

Dadas as características naturais do Grande Lago, será ainda importante, num futuro próximo, estabelecer diferenças entre o perfil do consumidor de Turismo de Sol & Praia no litoral e o perfil do consumidor de Turismo Náutico em águas interiores, de modo a melhor aproveitar todo o potencial bruto em termos de oferta turística do “Grande Lago”.

Ainda neste sentido, já foi abordada a falta de aposta no sector primário na região, de maneira que seria interessante verificar numa perspectiva

⁴¹ Não esquecer que Portugal fora outrora o maior império do mundo.

comparativa se efectivamente a aposta no sector terciário, tendo em conta o potencial produtivo da região e a situação económica do país (e da Europa), será acertada em detrimento do sector primário, mais especificamente da agricultura. Ou se, em alternativa, não seria mais importante alavancar o sector turístico no sector agrícola, nomeadamente no sub-sector de agricultura biológica e permacultura, e vice-versa, como forma de promover um verdadeiro desenvolvimento sustentável da região e de Portugal.

O Alentejo e os visitantes do território alentejano são indivíduos com características muito particulares, pelo que seria conveniente, para se estabelecer um ponto de comparação, realizar-se um estudo mais amplo sobre o perfil do consumidor de Turismo de Natureza em zona de barragem. Um estudo de âmbito nacional, ou de âmbito europeu, seria o passo seguinte no sentido de melhor se entender a problemática da construção de lagos artificiais numa perspectiva de produção (sector primário e secundário) e o seu aproveitamento e maximização numa perspectiva de oferta de serviços de lazer (sector terciário).

Por fim, pensamos ser importante definir, em termos de legislação, se uma Barragem é efectivamente espaço natural e espaço de Turismo de Natureza. Existe um *gap* na legislação corrente sobre esta problemática no sentido em que uma barragem constitui uma invasão ao espaço natural pelo Homem e uma alteração deliberada da morfologia dos ecossistemas. Ainda assim, esta alteração vai criar novos ecossistemas em espaço natural impossíveis de existir em condições de seca ou ausência de regadio. É necessário cuidado por parte do legislador no trato desta temática, uma vez que se trata de um recurso gerador de riqueza a nível regional e a nível nacional transversal aos três grandes sectores económicos.

Bibliografia

Almeida, Luís T. (2002), *2º Relatório, Caracterização e Potencialidades do Sistema Logístico, Transportes e Acessibilidades nas Regiões Lisboa e Vale do Tejo e Alentejo*, Instituto Superior Técnico

Antunes, M., Duarte, L. & Reino, J. (2006), Barragens em Portugal: de Vilarinhoda Furna à Aldeia da Luz com Passagem pelo Douro Internacional. Lisboa: CEPAD – Centro de Estudos da População Ambiente e Desenvolvimento, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Arnegger, J., Woltering, M., & Job, H. (2010), Toward a product-based typology for nature-based tourism: a conceptual framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (7), 915 — 928.

Bramwell, B. (1994). Rural tourism and sustainable rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 3, 1–6.

Carvalho, R. B. & Gaio, R. (2006). Os Jogos Olímpicos e o turismo: uma visão sócio-econômica. *Revista Movimento e Percepção*, 6 (8).

César das Neves, J. L. (2001). Introdução à Economia. 6ª Edição. Lisboa: Editorial Verbo.

Chhabra, D. (2004). Economic Impact of Nature Tourism: A Case Study of Napa County, CA, *e-Review of Tourism Research*. 2 (3), 51-55.

Cid, J. (2005). Educação ambiental e Turismo. *Revista Turismo*.

Cooper, C. *et al.* (2007). Turismo – Princípios e Práticas. 3ª Edição. Lisboa.

Correia, T., & Mascarenhas, J. (1999). Contribution to the extensification/intensification debate: new trends in the Portuguese montado, *Landscape and Urban Planning*, 46, 125-131.

Crompton, J.L. (1979), Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.

Cunha, L. (2009). Introdução ao Turismo. 4ª Edição. Lisboa: Editorial Verbo.

Ewert, A. (1985). Why people climb: the relationship of participant motives and experience level to mountaineering. *Journal of Leisure Research*, 17(3), 241–250.

Ewert, A. (1989). Outdoor adventure pursuits: Foundations, models and theories. New York: Publishing Horizons.

- Ewert, A. (1994). Playing the Edge: Motivation and Risk Taking in a High-Altitude Wilderness like Environment. *Environment and Behavior*, 26, 3–24.
- Ferreira, D. (2001). Evolução da paisagem de montado no Alentejo interior ao longo do século XX: dinâmica e incidências ambientais. *Finisterra*, 36 (72), 179-193.
- Ferreira, L. (2005). Estudo Analítico das Variáveis da Macro Envolvente de um Destino Turístico. *Revista de Estudos Politécnicos*, 2 (4), 135-147.
- Ferreira, L. (2009). Impactos do Turismo nos destinos turísticos, *Percursos e Ideias*, 1 (2).
- Ferrari, G., Mondéjar-Jiménez, J., & Vargas - Vargas, M . (2010), Environmental Sustainable Management of Small Rural Tourist Enterprises. *International Journal of Environmental Research*, 4(3), 407-414.
- Figueiredo, S., & Ruschmann, D. (2004). Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. *Novos Cadernos*, 7(1), 155-188.
- Frankfort, H. (1951), The Birth of Civilization in the Near East.
- Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26, 335–346.
- Gal, Y., Gal, A., & Hadas, E. (2010). Coupling tourism development and agricultural processes in a dynamic environment. *Current Issues in Tourism*, 13(3), 279 – 295.
- Garcia, J., & Rodriguez, P. (2002). The determinants of football match attendance revisited: Empirical evidence from the Spanish Football League. *Journal of Sports Economics*, 3, 18-38.
- Hall, C. M. (1989). Special Interest Travel: A Prime Force in the Expansion of Tourism? In Welch, R. (Ed). *Geography in Action* (pp. 81-89). Dunedin: University of Otago.
- Hinch, T., & Higham, J. (2003), *Sport Tourism Development*. 1ª Edição. Clevedon: Channel View Publications.
- Hudson, S. (2003). Sport and adventure tourism. New York: Haworth Hospitality Press.
- INE (2001), *CENSOS 2001*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE (2004), *Relatórios Territoriais*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

Johnston, M. E. (1992). Facing the Challenges in the Mountains of New Zealand. In Hall, C. M., & Weiler, B. (Eds.). *Special Interest Tourism* (pp. 159-169). London: Belhaven.

Lane, B. (1994). What is rural tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 3, 7–21.

Livro de Actas do Ciclo de debates Turismo de Natureza – Perspectivas de Intervenção

Lockstone L., & Baum, T. (2008). Fun in the family: Tourism and the Commonwealth Games. *International Journal of Tourism Research*, 10, 497–509.

Molera, L., & Albaladejo, I. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism Management*, 28, 757-767.

Neiman, Z., & Rabinovici, A. (2008). Speleotourism and Environmental Education in Petar (SP), *Laboratório de Ecoturismo, Percepção e Educação Ambiental (LEPEA-UFSCar)*. Instituto Physis – Cultura & Ambiente.

Oppenheim, A. L. (1964), Ancient Mesopotamia: Portrait of a dead civilization. The University of Chicago Press: Chicago and London

Pereira, E., & Carvalho, J. (2004). Desporto e turismo: modelos e tendências. *Povos e Culturas*, 9, 233-248.

Pinto, A. & Pinto, U. (2008). Ecoturismo: Alternativa de Desenvolvimento Económico Sustentável. *Enciclopédia Biosfera*, 4(5).

Pinto, A. (2008), Ecoturismo e Formação Socio-ambiental dos Guias de Turismo de Lençóis – BA (Chapada Diamantina), *Enciclopédia Biosfera*, 4 (5).

Pomfret, G. (2010). Package mountaineer tourists holidaying in the French Alps: An evaluation of key influences encouraging their participation, *Tourism Management*, 32 (3), 501-510.

Roberts, L., & Hall, D. (2001). Rural tourism and recreation: Principles to practice. Wallingford: CABI Publishing.

Samuelson, P., Nordhaus, W. (2005), Economia, 18ª Edição. MacGraw Hill.

Shank, M. (2002). Sports marketing: A strategic perspective. 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Standeven, J., & De Knop, P. (1999), *Sport Tourism*.

Sung, H. (2004). Classification of adventure travelers: behaviour, decision making and target markets. *Journal of Travel Research*, 42(4), 343-356.

Sung, H., Morrison, A. M., & O’Leary, J. T. (1997). Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Empirical Application from the Providers’ Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1 (2), 47-67.

Todorovic, M., & Bjeljic, Z. (2009). Rural Tourism in Serbia as a Concept of Development in Undeveloped Regions. *Acta geographica Slovenica*, 49-2, 453–473.

Tourism Economics (2006), The Economic Impact of Tourism and the I Love New York Campaign, *Tourism Economics – A Division of Oxford Economics*. Oxford.

Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.

Weed, M., & Bull, C. (2004), Sports Tourism – Participants, Policy and Providers. Oxford: Elsevier.

Weed, M. (Ed.) (2008). Sport & Tourism: A reader. London: Routledge.

Yang, H., Haynes, M., Winzenread, S. and Okada, K. (1999), The History of Dams. Retrieved from <http://cee.engr.ucdavis.edu>

Sites Consultados

<http://www.alqueva.com/historia.html>

<http://www.alqueva.eu/>

<http://www.qca.pt/pos/pora.asp>

<http://www.ine.pt>

<http://www.pordata.pt>

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

<http://portal.icnb.pt/ICNPortal/vPT2007/>

<http://www.turismodeportugal.pt>

<http://www.idesporto.pt>

<http://www.wttc.org>

Anexos

Anexo 1 - Inquérito ao Consumidor de Turismo de Natureza

1. Caracterização do Turista

1.1. Idade: ____ anos

1.2. Sexo: Masculino ____ Feminino ____

1.3. Estado Civil: Solt. ____ Cas. ____ Div. ____ Viuv. ____

1.4. Situação profissional

Exerce actividade profissional	
Desempregado	
Reformado	
Estudante	
Ocupa-se do lar	
Outra situação	

Qual?.....

1.5. Nível de escolaridade completo

Sem escolaridade	
4ª Classe	
2º Ciclo ou equivalente	
9º Ano ou equivalente	
Ensino secundário ou equivalente	
Bacharelato	
Licenciatura	
Mestrado	
Doutoramento	

2. Hábitos do consumidor

2.1. Praticante de actividade física

2.1.1. Prática semanal:

Não pratico	- de 1 vez	1 vez	2 vezes	3 vezes	Mais de 3 vezes

3. Aspectos relacionados com o Turismo de Natureza

3.1. Quantas vezes por ano viaja para locais onde possa usufruir dos bens da Natureza?

1 vez	2 vezes	3 vezes	4 vezes	+ 4 vezes
-------	---------	---------	---------	-----------

--	--	--	--	--

3.2. Quantas noites fica em média por viagem?

Não pernoita	1 noite	2 noites	3 noites	4 noites	5 noites	+ 5 noites

3.3. Onde costuma pernoitar nas suas viagens à natureza?

Não pernoito	
Parque Campismo	
Alojamento em Turismo Rural	
Hotel 3 / 4 estrelas	
Hotel 5 estrelas	
Hotel de luxo	
Resortes	
Pensão	
Pousada de juventude	
Barcos	
Casa de amigos e/ou familiares	
Outro Qual?	

3.4. Quanto gasta, individualmente em média por noite em alojamento?

Não pernoito	Menos de 10€	10 a 20€	20 a 30€	30 a 50€	50 a 70€	+ 70€

3.5. Quando viaja para a Natureza dá preferência a:

Refeições idênticas à do quotidiano	
Refeições rápidas	
Refeições baratas	
Gastronomia típica	
Fast-food	
Outro. Qual?	

3.6. Qual o montante que lhe parece adequado gastar por refeição individual?

até 10€	10 a 20€	20 a 30€	30 a 40€	40 a 50€	+ 50€

4. Motivações do consumidor de Turismo de Natureza (classificar de 1 a 4 sendo 1 – nada importante até 4 – muito importante; no caso de não se aplicar seleccione a opção 0).

4.1. Porque escolhe viajar à natureza?

1 – nada importante	2 – pouco importante	3 – importante	4 – muito importante
---------------------	----------------------	----------------	----------------------

Pela tranquilidade que a natureza transmite	1	2	3	4	0
Pela ausência de barulho de fundo de veículos motorizados	1	2	3	4	0
Pela abstracção aos problemas do quotidiano que a natureza permite	1	2	3	4	0
Para estar em comunhão com a natureza	1	2	3	4	0
Pelas belas paisagens	1	2	3	4	0
Para praticar desporto na natureza (canoagem, pesca, etc.)	1	2	3	4	0
Para apreciar a fauna e a flora locais	1	2	3	4	0
Porque permite relaxar como mais nenhum local permite	1	2	3	4	0
Pela simpatia característica das pessoas que vivem em zonas rurais	1	2	3	4	0
Para acompanhar a preferência de familiares ou amigos	1	2	3	4	0

4.2. O que está na base da sua decisão quando selecciona um destino?

A fauna e a flora	1	2	3	4	0
A gastronomia local	1	2	3	4	0
A oferta da prática de desportos na natureza	1	2	3	4	0
A qualidade dos alojamentos locais	1	2	3	4	0
A distância a centros urbanos	1	2	3	4	0
A existência de estruturas de apoio próximas (ex: apoio médico, farmácias, mercearias, etc.)	1	2	3	4	0
A proximidade de zonas balneares (praias fluviais, barragens, etc.)	1	2	3	4	0
A beleza das paisagens naturais	1	2	3	4	0
A população local (Há muita gente? São simpáticos? Recebem bem?)	1	2	3	4	0
A proximidade de zonas húmidas (rios, ribeiras, barragens, lagoas, mar, etc.)	1	2	3	4	0
A ocorrência de um evento especial (festas populares, procissões, eventos desportivos, feiras, etc.)	1	2	3	4	0
A riqueza histórica e cultural de uma região	1	2	3	4	0
O relaxamento que o destino permite	1	2	3	4	0
As características do clima da região	1	2	3	4	0
O preço	1	2	3	4	0
A preferência de familiares ou amigos	1	2	3	4	0

4.3. Como classifica o grau de importância dos seguintes temas na escolha de um destino de natureza?

Fauna/flora	1	2	3	4	0
Monumentos	1	2	3	4	0
Clima	1	2	3	4	0
Gastronomia	1	2	3	4	0
Desporto	1	2	3	4	0
Museus	1	2	3	4	0
Fotografia	1	2	3	4	0
Paisagem	1	2	3	4	0
Alojamento	1	2	3	4	0
Acessos	1	2	3	4	0
Oferta de diversão nocturna (bares, discotecas, festivais de musica)	1	2	3	4	0
Simpatia da população local	1	2	3	4	0
Eventos especiais (festas populares, feiras, etc.)	1	2	3	4	0
Custos (preços dos produtos, alojamento, lazer, etc.)	1	2	3	4	0

4.4. Quais as actividades que gosta de realizar nas suas viagens à natureza?

Passeios a pé/caminhada/pedestrianismo	1	2	3	4	0
Passeios a cavalo	1	2	3	4	0
Passeios de BTT	1	2	3	4	0
Passeios de carro/mota/jipe por zonas naturais	1	2	3	4	0
Yoga	1	2	3	4	0
Canoagem	1	2	3	4	0
Remo	1	2	3	4	0
Visitas a locais de interesse histórico	1	2	3	4	0
Parapente	1	2	3	4	0
Asa-delta	1	2	3	4	0
Balonismo	1	2	3	4	0
Montanhismo	1	2	3	4	0
Pesca desportiva	1	2	3	4	0
Visitas a monumentos	1	2	3	4	0
Passeios de kayak	1	2	3	4	0
Escalada/rapel	1	2	3	4	0
Orientação	1	2	3	4	0
Interacção com o ambiente local	1	2	3	4	0
Caça	1	2	3	4	0
Espeleologia (exploração de grutas e cavernas)	1	2	3	4	0
Jogging (corrida)	1	2	3	4	0
Visitas a museus	1	2	3	4	0
Natação	1	2	3	4	0
Mergulho	1	2	3	4	0
Canyoning (exploração de um rio e de todos os seus obstáculos)	1	2	3	4	0
Provas gastronómicas (gastronomia e vinhos locais)	1	2	3	4	0
Vela	1	2	3	4	0
Visita ao comércio local (ex: tapeçaria de Arraiolos)	1	2	3	4	0
Relaxar na natureza	1	2	3	4	0
Actividades balneares	1	2	3	4	0
Leitura na natureza	1	2	3	4	0
Interacção com os habitantes locais	1	2	3	4	0
Compra de lembranças	1	2	3	4	0
Exploração de zonas remotas desconhecidas	1	2	3	4	0
Participação em eventos locais (festas populares, procissões, etc.)	1	2	3	4	0
Prática de actividades de cariz físico no geral	1	2	3	4	0
Visita a lugares de diversão nocturna (bares, discotecas, etc.)	1	2	3	4	0
Procura e observação da fauna da região	1	2	3	4	0
Procura e observação da flora da região	1	2	3	4	0
Visita às povoações locais	1	2	3	4	0
Fotografia	1	2	3	4	0
Actividades termais	1	2	3	4	0

4.5. Quais as fontes de informação preferenciais no planeamento das suas viagens à natureza?

Amigos	1	2	3	4	0
Familiares	1	2	3	4	0
Internet	1	2	3	4	0
Programas de televisão/rádio	1	2	3	4	0
Agencias especializadas	1	2	3	4	0
Jornais/revistas/livros	1	2	3	4	0
Folhetos informativos	1	2	3	4	0

